كتابك

٥١

د. فوزية فهيم

الفن الإذاعي

هـذا الكتاب

هذا تعريف بالإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام المؤثرة فى حياة البشرية عامة . وشعوب الدول النامية خاصة .

ويحيط الكتاب بهذا الفن متتبعاً خطاه منذ كان فكرة فى الأذهان حتى أحدث تطوراته . ملقياً الضوء على أهداف الإذاعة ومعوقاتها ودورها فى التأثير والتنمية الوطنية .

كتابك ٥١

رئيس التحرير أنيس منصور

د. فوزية فهيم

الفن الإذاعي

دار المعارف

الثلاثاء ١٩ سبتمبر عام ١٩٧٨م

الناشر : دار المعارف - ١١١٩ كورنيش النيل - القاهرة ج . م . ع .

المحتويات

	صفحة
مقدمة	٥
نبذة تاريخية	٧
الإذاعة وسيلة إعلام	٢١
الإرسال الإذاعى عن طريق الأقمار الصناعية	٣١
معوقات الإرسال الإذاعى	٣٥
أهداف الإذاعة	٤٣
جمهور المستمعين	٥٧
تعدد الخدمات الإذاعية	٦١
دور الإذاعة فى التأثير والتغيير والتنمية الوطنية	٦٩
المراجع	٧٣

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

لاشك أن الدور الذى تؤديه الإذاعة (الراديو) فى حياة البشرية عامة وشعوب الدول النامية خاصة دور خطير؛ لما للإذاعة من مقدرة فائقة على تخطى حواجز الزمان والمكان والأمية والفقر أيضاً. وهذا الدور يتمثل فى تطوير هذه الشعوب وتنميتها عن طريق ما تنقله إليهم من قيم ومبادئ وأفكار ومعلومات؛ ليستنير الإنسان، ولتتسع آفاقه؛ ليعيش عصره متأثراً به، ومؤثراً فيه.

ولهذا رأيت التعريف بالإذاعة كوسيلة إعلام مع عرض لتاريخها وخصائصها ومميزاتها، ثم بيان أهدافها وجمهورها مع الاستشهاد بالخدمات الإذاعية المختلفة فى الإذاعة المصرية.

فالإذاعة تستطيع –بالتبسيط والتفسير والتشويق وجذب الانتباه، أو بمعنى آخر بالكلمة المسموعة المرتبطة بالموسيقى والمؤثرات الصوتية– عرض المعلومات والأفكار بأسلوب شائق يفهمه عامة الناس.

هذا بالإضافة إلى عنصر المشاركة الذى يحسه المستمع إلى الإذاعة سواء عن طريق الاستماع الجماعى أو المشاركة الفعلية فى البرامج؛ مما يجعل

للإذاعة قوة الحديث الشخصى فى التأثير والتغيير ، وهذا هو بيت القصيد .

وإنى إذْ أقدم هذه الدراسة للقارئ العربى وللإعلامى المتخصص أرجو أن يجد فيها تعريفاً كافياً للإذاعة كوسيلة إعلام .

والله ولى التوفيق

دكتورة فوزية فهيم

نبذة تاريخية

اختراع اللاسلكى :

عندما اخترع ماركونى اللاسلكى ، واستطاع إرسال أول رسالة لاسلكية عبر المحيط عام ١٨٩٥ — لم يكن ينظر إلى هذا الاختراع الجديد إلا كمنافس للتلغراف السلكى ترسل به الرسائل ، ولكن بطريقة أسرع وأوسع انتشاراً .

وكان رجال الأعمال يخشون فى بداية الأمر تسرب أسرارهم عن طريق إرسال رسائلهم باللاسلكى نظراً لإمكان التقاطها من الهواء عن طريق أجهزة الاستقبال التى كانت قد انتشرت بين الهواة الذين استهواهم اختراع ماركونى الجديد . وخلال الحرب العالمية الأولى (١٩١٤— ١٩١٨) ازداد اهتمام الدول باللاسلكى لأعمال الدعاية ، ولتوصيل التعليمات للجنود .

وفى سنة ١٩١٦ اقترح مهندس شاب يعمل فى شركة وستنجهاوس استخدام أجهزة الراديو التى كانت تنتجها الشركة «لإدخال الموسيقى لاسلكياً فى المنزل ، ثم بعد ذلك تنقل المحاضرات ونتائج مباريات البيسبول والأحداث الهامة» وقد ظل ينظر إلى الإذاعة فى العالم على أنها وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى حتى عام ١٩٣٦ عندما أذاع الملك إدوارد

تنازله عن العرش البريطانى من أجل « المرأة الأمريكية التى أحبها » فمنذ ذلك الوقت تحولت النظرة الترفيهية إلى نظرة إخبارية ، وقد ظل العالم يتابع قصة الملك إدوارد عن طريق الإذاعات فترة طويلة ؛ حتى جاءت أزمة ميونخ وإعلان الحرب العالمية الثانية حين بلغت الإذاعة ذروة أهميتها فى جميع أنحاء العالم .

ومنذ ذلك الحين أخذت الإذاعات ترسخ وتتطور شيئاً فشيئاً ؛ لتأخذ أشكالها التقليدية المعروفة .

محطات الإذاعة الأهلية ١٩٢٣ - ١٩٣٤ :

وفى مصر عُرِفَ الإرسال الإذاعى عن طريق الهواة فى وقت مبكر جداً : ففى عام ١٩٢٣ تلقى أحد الهواة ويدعى « أحمد صادق الجواهرجى » محطة إرسال هدية من صديق ألمانى يدرس اللاسلكى ، إلا أن هذه المحطة لم تجد من يستمع إليها فى ذلك الوقت نظراً لعدم وجود أجهزة استقبال .

وفى ١٠ من مايو عام ١٩٢٦ صدر مرسوم ملكى يحدد الشروط التى يمكن بموجبها استخراج التراخيص باستخدام الأجهزة اللاسلكية فى « القطر المصرى » طبقاً للاتفاقيات الدولية ، وبموجب هذا المرسوم أخذ هواة اللاسلكى ينشئون محطات إذاعة أهلية فى القاهرة والإسكندرية ، وكان بعضها يذيع بالعربية وأصحابها من المصريين « والشوام » وبعضهم

الآخر يذيع بالإنجليزية والفرنسية والإيطالية للأجانب الذين فى مصر وأصحابها من الأجانب المتمصرين .

وعلى سبيل المثال لا الحصر كانت هناك محطات تذيع تحت أسماء مختلفة منها :

راديو صايغ ، وراديو الأميرة فوزية ، وراديو فاروق ، وراديو فؤاد ، وراديو مصر الملكية ، وراديو مصر الحرة ، وراديو سابو ، وراديو فيولا ، وراديو أبو الهول ، وراديو نفرا ، وراديو مصر الجديدة ، وراديو القاهرة ، وراديو حبشى ، وراديو ماجزين إجيبسين .

ويقول أستاذنا الصحفى الكبير «حافظ محمود» : إن صاحب محطة راديو ماجزين إجيبسين كان زميلاً له فى كلية الحقوق ، وقد رأى صاحب هذه المحطة إقامتها لمغازلة صديقته على الأثير .

وبالطبع كانت هذه المحطات بدائية فى تشغيلها الهندسى ، ضعيفة البث ؛ فلم تتعد قوة الواحدة منها نصف كيلووات ، ولم تُسمع خارج الحى الذى أقيمت فيه ، وكان معظم أصحابها من تجار أجهزة الراديو أقاموها للترويج لتجارتهم . ولتحقيق الربح المادى عن طريق إذاعة الإعلانات التجارية .

والجدير بالذكر أن الإعلانات فى هذه المحطات كانت بدائية ساذجة ، ولكنها لم تخل من الإثارة : فعلى سبيل المثال كان أحد المذيعين يصيح قائلاً : «ألو . . . ــ ألو . . . اسمع يا(أخينا) إنت وهو : فيه قنبلة

انفجرت فى شارع الموسكى دلوقتى» . . . وبعد قليل يقول :

«لقد تبين أن هذه القنبلة التى انفجرت اليوم فى شارع الموسكى هى الأسعار المذهلة التى تبيع بها محال الضبع للعب الأطفال ! » .

وفى إعلان آخر يقول : «ألو . . . ألو . . «اسمع يا «أخينا» إنت وهوه حدثت حريقة كبيرة فى شارع شبرا» وبعدها بقليل يقول : «لقد تبين أن هذه الحريقة الكبيرة لم تكن غير افتتاح «خمارة» الخواجة بنايوتى لبيع أصناف الخمور ، وخصوصاً الطافية التى تباع بأسعار زهيدة جداً جداً» .

وكان معظم ما يذاع فى هذه المحطات لا يخرج عن سخافات ومهاترات بلغت حد الإسفاف ! ولنسق هنا أحد هذه الأمثلة على سبيل الطرافة : فقد حدث مرة أن انتقدت مجلة «روزاليوسف» الشيخ «محمود صبح» أشهر من يعزف على العود فى ذلك الوقت ، فلم يجد الشيخ «صبح» وسيلة للرد على هذا النقد خيراً من الإذاعة التى يعزف فيها ، فبعد انتهائه من عزفه المنفرد على العود عقب قائلاً : «سامعة ياست روزا ولفيش كده أبداً . . . اللحن ده يطلع من إيدك ياست روزا؟ . . . ياوليه افهمى بأه دانا الشيخ صبح ! » .

ويقال : إن عصابة مخدرات استغلت محطة راديو مصر الملكية ، وكان صاحبها مدير المطبوعات فى ذلك الوقت فاشتركت بمبلغ قدره خمسون جنيهاً شهرياً نظير احتكار أغنيتين الأولى : «الجوزايق» والأخرى

« فى الجو غيم » لمحمد عبد الوهاب . (المعروف أن احتكار الأغانى من قبل المستمعين لتذاع وفق أهوائهم نظير اشتراك كان يشكل مورداً للرزق لأصحاب هذه المحطات)

اتفق أصحاب العصابة على التصرف فى بيع المخدرات وفق الأغنية المذاعة ، فينشط البيع عندما تذاع أغنية « الجو رايق » ، ويتوقف البيع عندما تكون الأغنية « فى الجو غيم ! » وظلت هذه العصابة تنتشر فى أنحاء القطر إلى أن وصل أمرها إلى البوليس ، فقبض على كل المسئولين عن المحطة ، ولم يفرج عنهم إلا بعد أن تبين أنهم كانوا من ضحايا عصابة المخدرات !

استمرت الحال على هذا النحو بين هذه المحطات الأهلية إلى أن قرر مجلس الوزراء إلغاءَها فى جلسته المنعقدة فى **٣١** من يوليو عام **١٩٣٢** ، وتوقفت نهائياً عند بدء تشغيل محطة الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية من قبل شركة ماركونى البريطانية .

الإذاعة فى عهد شركة ماركونى ١٩٣٤ – ١٩٤٧ :

فى الساعة السادسة من مساء الحادى والثلاثين من مايو عام **١٩٣٤** استمع الناس إلى صوت المرحوم « أحمد سالم » أول مذيع للإذاعة المصرية يقول :

« آلو . . . آلو . . . هنا الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية » وقد

أقيم لهذه المناسبة احتفال كبير . . . ولعلنا نتساءل : لماذا لم تقم الحكومة المصرية بتشغيل الإذاعة بنفسها بدلاً من إسناد هذه المهمة إلى شركة ماركونى البريطانية؟ وترد على هذا التساؤل مذكرة وزارة المواصلات المقدمة إلى مجلس الوزراء فى ١٥ من يوليو عام ١٩٣٢ فى هذا الشأن ، إذ تقول المذكرة :

«إنه نظراً لعدم توفر الوسائل الحكومية اللازمة لتشغيل المحطة رأت الحكومة أن تعهد إلى شركة ماركونى بتشغيلها نيابة عنها بمقتضى عقد مدته عشر سنوات من بدء التشغيل نظير ٦٠٪ من حصيلة رسوم أجهزة الاستقبال» (١٢٠ قرشاً للجهازسنوياً) ولما امتدت الحرب العالمية الثانية جدد العقد مرة «ثانية» لمدة خمس سنوات أخر ، ولكن بشروط تسمح بإلغائه فى أى وقت بالتفاهم بين الطرفين .

ولم يتضمن العقد المبرم بين الحكومة المصرية وشركة ماركونى أية إشارة إلى مهمة الإذاعة الإخبارية ونص على أن هذه المهمة تثقيفية وترفيهية فقط . ويبدو أن سبب ذلك راجع إلى أن الصحف فى هذا الوقت كانت تخشى منافسة الإذاعة لها فى هذا المجال ، وحتى لا تدخل الشركة فى منازعات مع الصحف أغفلت النص على المهمة الثالثة والرئيسية للإذاعة ، وهى إذاعة الأخبار ، ولكن شيئاً فشيئاً فرضت الطبيعة الإخبارية نفسها على برامج الإذاعة وأصبحت نشرات الأخبار تشكل مادة أساسية فى مواد الإذاعة ، وذلك بعد حوالى شهر من بدء تشغيل

الإذاعة وكانت نشرتا أخبار الساعة ١٤,٣٠ والساعة ٢٠,٣٠. المذاعتان من البرنامج العام هما نواة النشرات الإخبارية التى كثرت وتعددت فيما بعد لتذاع من جميع الخدمات الإذاعية فى أوقات متعددة على مدار اليوم .

والجدير بالذكر أن نشرات الأخبار فى ذلك الوقت كانت تعد أولاً بالإنجليزية ، ثم تترجم إلى العربية ؛ لأن اللغة الإنجليزية كانت هى اللغة المستعملة داخل الإذاعة نظراً لأن مديرها وكبار موظفيها من الإنجليز !

ولقد دب الخلاف بين الرؤساء الإنجليز والموظفين المصريين وعلى رأسهم مدير الإذاعة المصرى الأستاذ « محمد سعيد لطفى » الذى كان قد عين مديراً للإذاعة بجانب المدير الإنجليزى ، وبدافع من الوطنية أبى المصريون أن يُذعنوا للتصرفات الاستعمارية لهؤلاء الإنجليز !

وعلى سبيل المثال عندما ألقى على ماهر (باشا) خطبته المشهورة فى مجلس الشيوخ والتى أعلن فيها : « أن معاهدة عام ١٩٣٦ التى جعلت من مصر حليفاً لبريطانيا لا تعنى أن نكون ملزمين بدخول الحرب إلى جانب بريطانيا » – أصدر السفير البريطانى إلى مدير الإذاعة الإنجليزى الأمر بمنع إذاعة الخطبة فى الإذاعة ، ولكن مدير الإذاعة المصرى أصر على إذاعة الخطبة وهدد المدير الإنجليزى بأن منع إذاعة الخطبة سيزيد الشعور الوطنى ضد الإنجليز وسينقلب الوضع إلى ثورة تشبه ثورة عام ١٩١٩ .

وتفخر الإذاعة المصرية بأنها أكدت دوراً بارزاً فى تكوين جامعة

الدول العربية ، وقد تبنى «عبد الرحمن عزام» (باشا) هذه الدعوة ، وكان يوجهها من إذاعة القاهرة التى كانت تسمع فى جميع أنحاء الوطن العربى ، ويعد إنشاء الجامعة العربية نصراً كبيراً للإذاعة المصرية .

ويقال : إن «النقراشى» (باشا) فى أثناء توليه رئاسة الوزارة استمع يوماً إلى أحد المذيعين الإنجليز يذيع كلاماً ضد مصر من البرنامج الأوربى ، فطلب من وزير الشئون الاجتماعية الذى كان يشرف على الإذاعة فى ذلك الوقت اتخاذ اللازم فوراً لتمصير الإذاعة فى أسرع وقت ممكن . فتقدمت وزارتا الشئون الاجتماعية والمواصلات بمذكرة إلى هيئة قسم الرأى بمجلس الدولة فى ١٢/٢/١٩٤٧ تطالب فيها بإلغاء عقد شركة ماركونى ؛ «لأن الحالة أصبحت تدعو إلى قيام الحكومة بالذات بإدارة محطات الإذاعة اللاسلكية المملوكة لها ، وأن الظروف التى سوغت إسناد هذه المهمة إلى شركة ماركونى لم تعد قائمة ؛ وبذلك تستطيع الحكومة توجيه الإدارة توجيهاً يتحقق على أكمل وجه» .

مرحلة التمصير ١٩٤٧ – ١٩٥٢ :

تسلمت وزارة الشئون الاجتماعية الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية فى أواخر مارس عام ١٩٤٧ ؛ لتبدأ بذلك مرحلة التمصير . وقد أعلن وزير الشئون الاجتماعية من خلال الميكرفون يوم أن تسلمت الحكومة المصرية الإذاعة من شركة ماركونى : «أن الدولة ستعمل على

وضع النظام الأساسى للمحطة وتعديل البرامج تعديلاً شاملا، سواء من ناحيتها الإخبارية أو من ناحية التوجيه الثقافى والعرض الموسيقى، وأن النظام الجديد يقضى بإنشاء قسم للأخبار يمد الإذاعة بالأخبار الصادقة يأتى بها إليها مراسلون فى الداخل والخارج، وكذا معلقون سياسيون ودبلوماسيون؛ كما هو حادث فى معظم الإذاعات فى العالم، وذلك حتى لا تبقى محطة الإذاعة عبئاً على الصحف المحلية والعالمية أو على شركات الأنباء الأجنبية التى قد تلجأ إلى تنفيذ أغراضها عن طريق إذاعة محطتنا لأخبارها ! »

بدأت ملامح التمصير تظهر شيئاً فشيئاً فى الإذاعة فقد عدل الأسبوع الإذاعى؛ ليكون ابتداء من يوم السبت من كل أسبوع بدلاً من يوم الاثنين، كما حل الموظفون المصريون محل الأجانب تباعاً.

وقد عاصرت هذه المرحلة أحداث هامة كثيرة من أبرزها حرب فلسطين سنة ١٩٤٨ سجلتها الإذاعة وخاصة بطولات رجال الجيش المصرى على أرض فلسطين، فقد احتفلت بعودة أبطال الفالوجا؛ وكرمتهم أبلغ تكريم !

ونشير هنا إلى مقال أذاعته الإذاعة نقلاً عن صحيفة يهودية تحت عنوان: «فراعنة الفالوجا يعودون إلى بلادهم» جاء فيه قول الصحيفة: إن رجال الجيش المصرى فى الفالوجا لم يكونوا رجالاً من طراز عادى، ولم يكونوا مدافعين أو مقاتلين؛ وإنما كانوا رجالاً من طراز لم تشهده

المواقع العربية إلا فى قصص التاريخ ! » .

شهدت نهاية هذه الحقبة من تاريخ الإذاعة اشتداد القلاقل السياسية فى البلاد التى دبرها المستعمر الإنجليزى نتيجة إلغاء معاهدة سنة ١٩٣٦ فى السادس والعشرين من أكتوبر سنة ١٩٥١ ، ومطالبة الحكومة بجلاء القوات البريطانية فى منطقة القناة ، وتصاعد كفاح الفدائيين فى هذه المنطقة ، واشتباك قوات البوليس المصرى مع القوات البريطانية فى الإسماعيلية ؛ وكانت قد سافرت سراً إلى منطقة القناة بعثة إذاعية ، وقامت بعمل تسجيلات حية عن المعارك الليلية التى كانت تدور بين الفدائيين والإنجليز ، وعندما أذيعت بعض هذه التسجيلات ، وكانت حافزاً للشعب المصرى لكى يتحرك وينضم للفدائيين فى القتال – ثارت السراى ، وأمرت بوقف إذاعة هذه التسجيلات ، وصدر الأمر الملكى بتعيين « كريم ثابت » (باشا) رجل السراى وزيراً للدولة لشئون الإذاعة ليتولى بنفسه هذه المهمة !

تعاقبت بعد ذلك الأحداث وعلى رأسها حريق القاهرة الذى أدى إلى إقالة وزارة « مصطفى النحاس » وإعلان الأحكام العرفية فى البلاد ، ثم قيام الوزارات وسقوطها على التوالى : (على ماهر ونجيب الهلالى وحسين سرى ونجيب الهلالى وحافظ عفيفى وحسين سرى) فى الفترة من آخر يناير سنة ١٩٥٢ إلى الثانى والعشرين من يوليو سنة ١٩٥٢ ، وانتهى ذلك بقيام ثورة الثالث والعشرين من يوليو سنة ١٩٥٢ .

وتجدر الإشارة هنا إلى قول الصحفى الإنجليزى توم ليتل : «كانت مصر قبل الثورة ملكاً للأجانب المستعمرين ، ولم تكن قط تلك القوة الفعالة المستقلة التى ظهرت على الصعيد الدولى والعربى والأفريقى والتى لم تتحقق إلا بعد الثورة؟»

عهد الثورة ١٩٥٢ إلى ١٩٧٧ :

كانت الإذاعة هى أول وسيلة إعلام تنقل للمصريين وللعالم قيام ثورة الثالث والعشرين من يوليو عام ١٩٥٢ : ففى مستهل نشرة الأخبار الصباحية الأولى لهذا اليوم وفى تمام الساعة السابعة والنصف أذاع (الرئيس) أنور السادات أول بيان يعلن قيام ثورة الجيش المصرى للقضاء على الملكية الفاسدة فى البلاد ، تبعه فى ٢٦ يوليو إنذار القائد العام للقوات المسلحة للملك بالتنازل عن العرش ومغادرة البلاد ، ويعد هذان البيانان أهم ما قدمته الإذاعة عبر تاريخها الطويل ، لأنهما كانا ينقلان البلاد إلى عهد جديد !

عرف رجال الثورة منذ اللحظة الأولى أهمية الإذاعة كوسيلة إعلام ، تؤكد ذلك إحصائية بسيطة لبرامج الإذاعة : فخلال شهر واحد من قيام الثورة قدمت فيه الإذاعة ٥١ حديثاً وطنياً و٣٥ برنامجاً خاصا و١٧ تمثيلية وطنية و٣٧ قصيدة شعرية وزجلية وقصة وطنية تدعو للعهد الجديد ، وتشرح أهدافه !

كما عرف رجال الثورة ما للميكروفون من أثر فعال ليس فقط من خلال الإذاعات الداخلية ، بل من خلال الإذاعات الخارجية أيضاً فاصطحبوه معهم ؛ لينقل للجماهير مباشرة صوراً حية لمؤتمراتهم الشعبية وزياراتهم لشتى المدن والقرى شارحين أهدافهم داعين لمبادئهم ؛ حتى إن بيان مجلس قيادة الثورة بإعلان قيام أول جمهورية مصرية برئاسة اللواء «محمد نجيب» مساء يوم الثامن عشر من يونيو سنة ١٩٥٣ أذيع فى حفل خارجى أقيم ابتهاجاً بعيد الجلاء فى حديقة الأندلس ، وقد فاجأ «يوسف وهبى» الحاضرين بصعوده على خشبة المسرح قائلاً : «أزف إليكم أعظم بشرى ؛ فقد أعلنت الجمهورية ، وأعلن «محمد نجيب» أول رئيس لها ؛ ثم هتف بحياة الجمهورية ثلاثاً ، وردد الحاضرون الهتاف .

وعلى مدى ربع قرن من الزمان هو عمر مصر الثورة عاصرت الإذاعة أحداثاً هامة أثرت فيها ، وتأثرت بها ، ومن أبرز هذه الأحداث جلاء القوات البريطانية عن مصر فى التاسع عشر من أكتوبر سنة ١٩٥٤ والحروب الثلاث : (عدوان سنة ١٩٥٦ وحرب ١٩٦٧ ، وحرب ١٩٧٣ ، وأخيراً مبادرة السلام للرئيس «أنور السادات» وزيارته للقدس فى نوفمبر سنة ١٩٧٧ .

وقد قامت الإذاعة بدور كبير على جميع المستويات .

فعلى الصعيد المحلى كان عليها التعريف بالمجتمع الجديد ابتداء من قوانين الإصلاح الزراعى عام ١٩٥٢ إلى ثورة التصحيح فى ١٥ مايو عام

١٩٧١ ، وبرنامج العمل الوطنى الذى قدمه الرئيس «أنور السادات» إلى المؤتمر القومى العام الثانى المنعقد فى يوليو عام ١٩٧١ والذى تضمن تصور الرئيس السادات للدولة الحديثة «دولة العلم والإيمان» القائمة على الديمقراطية والاشتراكية .

وعلى الصعيد العربى وقفت الإذاعة إلى جانب الثورات التحررية التى قامت فى البلاد العربية والأفريقية ابتداء بثورة الجزائر عام ١٩٥٤ حتى ثورة ليبيا عام ١٩٦٩ ، وشاركت الإذاعة فى نقل مؤتمرات القمة واللقاءات العربية المختلفة الهادفة إلى التقارب والتفاهم بين الأشقاء العرب .

وعلى الصعيد الدولى وقفت الإذاعة إلى جانب المؤتمرات الدولية التى شاركت فيها مصر ابتداء بمؤتمر باندونج عام ١٩٥٥ إلى صدور قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة فى ٨ من ديسمبر عام ١٩٧٢ بإدانة إسرائيل وضرورة انسحابها من الأراضى العربية تطبيقاً لقرار مجلس الأمن رقم ٢٤٢ وزيارات الرئيس أنور السادات لرؤساء وعواصم الدول الكبرى لشرح القضايا العربية المختلفة ، وعلى رأسها قضية فلسطين .

ولاشك أن الإذاعة بمعايشتها للثورة وأحداثها وتوعيتها بمبادئها وأهدافها ومعاصرتها للمعارك التى خاضتها على الصعيد العربى والدولى كان لها دور طليعى فى تبوؤ مصر مكانة عالية كانت تفتقدها فى سائر العهود !

توسعات وإنشاءات إذاعية :

وانطلاقاً من إيمان الثورة بأهمية الدور الذى تؤديه الإذاعة على الصعيد المحلى والعربى والدولى قامت بإنشاءات وتوسعات جديدة فى الخدمة الإذاعية لتغطى هذه المجالات كافة ، ليصبح الإرسال الإذاعى اليومى المحلى والموجه أكثر من مائة وثمانين ساعة فى سنة **١٩٧٢** بعد أن كان لا يتجاوز خمس عشرة ساعة قبل الثورة !

وتطلبت الزيادة فى عدد ساعات الإرسال زيادة فى قوة الإرسال التى ارتفعت هى نفسها من **٧٣** كيلووات سنة **١٩٥٥** إلى **٥٢٢٠** كيلووات سنة **١٩٧٢** : من ذلك **٢٩٧٠** كيلووات للموجة المتوسطة ، و **٢٢٥٠** كيلووات للموجة القصيرة موزعة على ما يقرب من **٥٦** محطة إرسال مقامة فى أماكن متفرقة من أنحاء الجمهورية فتضاعف الإرسال بذلك سبعين مرة !

الإذاعة وسيلة إعلام

الإذاعة وسيلة إعلام تؤدى مع غيرها من وسائل الإعلام الأخرى دوراً حيوياً فى حياة إنسان النصف الأخير من القرن العشرين ، مما أدى إلى تسمية هذا العصر بعصر «ثورة الإعلام» حيث أصبح فى إمكان الفرد استخدام حقه الطبيعى فى «استقاء المعلومات والأفكار عن طريق أية وسيلة ؛ حتى يتمكن الإنسان من معرفة ما يدور فى بيئته وفى البيئات الأخرى وفى العالم أجمع فى اللحظة ذاتها ، ولعل هذا ما دعا أستاذ الإعلام الشهير مارشال ماكلوهان إلى القول بأن وسائل الإعلام وخاصة الإذاعة قد حولت العالم إلى «قرية عالمية Global Village فمنذ أن يستيقظ الإنسان فى الصباح إلى أن يغمض عينيه فى المساء تتسابق إليه وسائل الإعلام لتنفذ إلى عقله . وفكره ، ويتسابق هو إليها ليجد عندها الإجابة على سؤاله الأزلى : «ما الخبر ؟» .

ولبيان أهمية الإعلام فى حياة الناس دعونا نتخيل كيف كانت الحال لو لم تكن هناك وسائل إعلام لتنقل لنا فى التو واللحظة العبور وحرب أكتوبر سنة ١٩٧٣ ومبادرة السلام للرئيس السادات وزيارته للقدس فى نوفمبر سنة ١٩٧٧ وغيرها من الأحداث المؤثرة فى حياة

الإنسان والتى لا يمكن أى واحد منا إلا المشاركة فيها إن لم يكن فعلياً فوجدانياً !

ولقد تطورت إمكانات وسائل الإعلام الإذاعية الصوتية والمرئية فى عصرنا هذا إلى أن أصبح فى الإمكان مخاطبة ورؤية رواد الفضاء فى مركباتهم الفضائية خارج نطاق الكرة الأرضية وفوق سطح القمر ! وفى الولايات المتحدة أعلن المسئولون فى وزارة الدفاع مؤخراً عن قيامهم باختبار جهاز جديد للاتصالات يسمح للحكومة الأمريكية تلقائياً بأن تصلح جميع أجهزة الاستقبال المسموعة والمرئية إذا أرادت توجيه رسالة عاجلة إلى الشعب الأمريكى وخاصة فى حالة وقوع كارثة كبرى

ومن طريف ما يذكر لبيان أهمية الإعلام فى حياة الناس أنه فى نهاية الحرب العالمية الأولى عندما أعلنت الهدنة فى الحادى عشر من نوفمبر سنة ١٩١٨ لم يخيم السلام على العالم فجأة فور إعلان الهدنة ، بل ظلت المواقع التى لم تصلها أخبار السلام نهباً للحرب وللقتال ، وذهب آلاف الجنود ضحية لعدم معرفة بعض القادة فى الأماكن النائية بأخبار السلام !

واليوم عن طريق وسائل الإعلام تنتشر الأخبار انتشاراً فورياً : ففى دراسة قام بها معهد جالوب Gallup لقياس مدى سرعة انتشار خبر مقتل الرئيس الأمريكى جون كيندى فى الساعة الثانية عشرة والنصف بالتوقيت الأمريكى المحلى فى ٢٢ من فبراير عام ١٩٦٢ – تبين أن اثنين

من كل ثلاثة من الأمريكيين عرف الخبر خلال نصف ساعة من وقوعه ، وبلغت نسبة من عرفوه خلال ساعتين أكثر من ٩٠٪ وبلغت هذه النسبة ١٠٠٪ تقريباً خلال مدة تقل عن أربع ساعات ! وقد أذيع هذا الخبر من إذاعة القاهرة بعد وقوعه بخمس وسبعين دقيقة حيث قطعت الإذاعة برامجها ، وأذاعت الخبر فى الساعة التاسعة والربع مساء بالتوقيت المحلى لمدينة القاهرة . ولعلنا نذكر السرعة والفورية التى عرف بها مقتل الأديب المصرى « يوسف السباعى » فى قبرص يوم ١٨ / ٢ / ١٩٧٨ فى أثناء انعقاد مؤتمر التضامن الأفريقى الآسيوى ، ولو كانت هناك دراسة لمعرفة مدى سرعة هذا الانتشار فى جميع أنحاء العالم لتبين أنه كانت أكبر من سرعة انتشار خبر مقتل الرئيس الأمريكى كيندى .

مميزات الإذاعة كوسيلة إعلام .

والإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام التى تسعى إلى الفرد أينما وجد وعندما يشاء ، شأنها فى ذلك شأن التليفزيون والصحيفة والكتاب على عكس الحال بالنسبة للسينما والمسرح والمعرض والندوة وما إليها ؛ فهى وسائل يسعى الفرد إليها ، ويذهب إلى مكان وجودها عندما يشاء .

ولو قارنا الإذاعة بغيرها من وسائل الإعلام ذات الخاصية الأولى نجدها تتمتع بمميزات أهمها الانتشار ، فموجه الأثير القصيرة تدور حول الكرة الأرضية ثمانى مرات فى الثانية : أى بسرعة تعادل سرعة الضوء

على حين أن الإرسال التليفزيونى على الموجة المتناهية القصر (Micro Wave) وهو النوع المستخدم فى مصر – محدود بدائرة قطرها لا يزيد على مائة ميل ، ولابد من إنشاء محطات للتقوية كلما أريد توسيع هذه الدائرة ، كما أن التكلفة التليفزيونية على طرفى التشغيل والاستقبال أكثر ضخامة من التكلفة الإذاعية ؛ إذ تبلغ تكاليف تشغيل الساعة الواحدة فى التليفزيون من خمسة إلى عشرة أمثال تكلفة تشغيل الساعة الواحدة فى الإذاعة ! ولا يقل ثمن جهاز الاستقبال التليفزيونى فى مصر عن ثمانين جنيها فى حين توجد أجهزة استقبال إذاعية (ترانزستور) فى حدود ثلاثة جنيهات مع توافر إمكان الاستماع الجماعى بصورة أكبر من المشاهدة الجماعية للأسباب المادية السالفة الذكر.

والإذاعة تمتاز بالحيوية التى تنبض فى الصوت الإنسانى والمؤثرات الصوتية والموسيقية ، وهذا يعطى المستمع شعوراً بالمشاركة لا يحسه القارئ للكلمة المكتوبة . وللكلمة المسموعة أثرها القوى فى الإيحاء وإثارة العواطف ؛ ومن هنا تخلق الإذاعة الشخصيات المؤثرة . ويقال : إنه لولا وجود الإذاعة لما كان لشخصيات كهتلر وديجول وعبد الناصر هذا التأثير الكبير !

ونذكر هنا ما كتبه « أحد الصحفيين الفرنسيين المتخصصين فى شئون الشرق الأوسط فى صحيفة لوموند الفرنسية ؛ إذ يقول : « أنا لا أعرف مقهى واحداً فى أية بقعة من العالم العربى لا يفتح الراديو على إذاعة

صوت العرب الذى يديره أحمد سعيد . . وجميع التاكسيات فى دمشق وبغداد وغيرهما من مدن الدول العربية الأخرى تدير أجهزة الراديو على محطة صوت العرب بناء على طلب الركاب ، حتى إن الركاب والسائقين ليبلغ الانفعال بهم حداً يهدد حياة المشاة فى الشوارع بالخطر ! » . وكان ذلك أيام العدوان الثلاثى على مصر عام ١٩٥٦ .

وهذا لا يجعلنا ننكر ما للتليفزيون من تأثير يفوق تأثير الإذاعة نظراً لاعتماده على حاستى السمع والبصر ؛ فهما أهم حواس الإنسان ، وبهما يكتسب ما يقرب من ٩٨ ٪ من معرفته ؛ فقد دلت الاختبارات السمعية والبصرية على أن استيعاب الفرد للمعلومات يزداد بنسبة ٣٥ ٪ عند استخدام الصوت والصورة فى وقت واحد ، وأن مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات تطول عندئذ بنسبة ٥٥ ٪ .

ومع هذا فقد تصرف الصورة مشاهدَ التليفزيون عن متابعة الكلمة المصاحبة للصورة ، وقد تفقد شاشة التليفزيون شخصاً ما نجاحاً كان قد أحرزه عن طريق ميكروفون الإذاعة ؛ كما حدث بالنسبة لكنيدى ونيكسون فى أثناء الدعاية الانتخابية للرئاسة الأمريكية سنة ١٩٦٠ ؛ فقد أحس المستمع لأحاديث كل منهما فى الإذاعات الأمريكية بتفوق نيكسون على كنيدى ، ولكن عندما ظهر الاثنان على شاشة التليفزيون اكتسب كنيدى شعبية كبيرة ، وفاز على نيكسون فى انتخابات الرياسة !

وغنى عن البيان أن الكلمة المسموعة أكثر انتشارا من الكلمة المكتوبة

وخاصة فى المجتمعات النامية التى ترتفع فيها نسبة الأمية . وتصل هذه النسبة فى مصر إلى ٧٣ ٪ من مجموع السكان فضلاً عن مخاطبتها جميع المستويات من ثقافية واجتماعية وصحية وغيرها . أما بالنسبة للكلمة المكتوبة فقد يحول الدخل المحدود لمن يعرفون القراءة دون شراء الكتاب أو الصحيفة لعدم مقدرتهم الشرائية ؛ كما أنه ما زالت داخل البلاد بعض الأماكن النائية . ربما لا تصلها الصحف بصورة منتظمة أو فى الوقت المناسب لعدم توفر وسائل النقل السريع .

وهذا لا يمنع من تسجيل ميزة كبيرة تتمتع بها الكلمة المكتوبة ، وهى إمكان الرجوع لها للتحقيق والشرح والتفسير ؛ إذْ أن الحقيقة المسموعة إذاعياً والمرئية تليفزيونياً قد تضيع بين المستمعين والمشاهدين ، فمثلاً : قد تقع حادثة فى بلد من البلاد فإن أراد المذيع أن يبين لمستمعيه موقعها الجغرافى فلن تنبئ عنه مئات الكلمات مثلما تفعل خريطة مرسومة فى كتاب أو صحيفة ، والمثل الصينى يقول : « صورة واحدة تعادل عشرة آلاف كلمة ! » وبالطبع فى إمكان التليفزيون تقديم هذه الخريطة ، ولكن للحظات ؛ فسرعان ما تختفى من أمام الناظر إلى شاشته .

وهناك حقيقة أخرى لا ينبغى إغفالها ، وهى أن الاستماع إلى الإذاعة لا يظفر بالانتباه والتركيز اللذين تظفر بهما الصحيفة أو الكتاب من قارئه ؛ إذْ غالباً ما يكون الاستماع عرضياً « بأذن واحدة » ، لأن المستمع يشغل نفسه عادة بأعمال أخرى ، وقد تصبح الأصوات الصادرة من

« الراديو » مجرد خلفية تؤنس الوحدة . ومع ذلك فهذا الضعف ميزة تتمتع بها الإذاعة ؛ لأن فرصة التعرض لسماع الأخبار من الإذاعة أكبر بكثير من قراءتها فى الصحف عن طريق برامج « أقوال الصحف » التى تذاع من جميع الإذاعات ، فتصل هذه الأقوال بسهولة إلى المناطق التى قد يتأخر أو يتعذر وصول الصحف إليها : إما بسبب تعذر النقل أو بسبب المنع : فمثلاً عندما كانت الحكومة العراقية تمنع دخول صحيفة الأهرام المصرية إلى العراق حتى لا يقرأ الشعب العراقى مقالات رئيس تحريرها كانت هذه المقالات تسمع فى برنامج « الصحافة العربية الذى يذاع فى الساعة الثامنة والدقيقة الخامسة والأربعين من مساء اليوم نفسه من إذاعة صوت العرب » ويذاع المقال نفسه أيضاً قبل ذلك الوقت فى الساعة الرابعة بعد الظهر من البرنامج العام وإن كان فى هذا الموعد لا يسمع بوضوح فى الدول العربية نظراً لتأثر الموجات الأثيرية بظهور الشمس ، وتتحسن حالة الاستقبال فى هذه المناطق بعد غروب الشمس .

وتستخدم الإذاعة وقت الحرب لتوصيل التعليمات إلى الوحدات المقاتلة

ففى الثامن من يونيو سنة ١٩٦٧ أذاعت القيادة العليا للجيش المصرى النداء التالى إلى بعض وحداتها المقاتلة : « إلى جلال وحلمى : عودا إلى قواعدكما » وكرر هذا النداء عدة مرات .

وفى حرب السادس من أكتوبر سنة ١٩٧٣ استُخدمت الإذاعة

لتوجيه النداءات للمقاتلين : ومن أمثلة تلك النداءات ما أذيع من إذاعة «صوت العرب» يوم السادس عشر من أكتوبر سنة ١٩٧٣ : «من قيادة الأرض المحتلة إلى كامل العنصى ، إلى نزار «أبوفرخ» ، إلى فهيم أبوغزالة : ، الشمس مشرقة حطموا الأغلال» ، «من دمشق إلى صلاح الدين : ، نفذ الخطة ٥٧ قيادة الأرض المحتلة» .

وطبقاً للبحوث الميدانية التى أجريت عن الاستماع الإذاعى تنتشر أجهزة الاستماع الإذاعى فى مصر إلى حد امتلاك ثمانى عشرة أسرة من كل عشر أسر أجهزة استماع ؛ كما تبلغ نسبة أجهزة الاستماع الإذاعى فى الريف المصرى طبقاً لآخر بحث من بحوث كثافة الاستماع ٦٢ ٪ وفى الصعيد أجرى استفتاء على مستمعى الإذاعة فى ثلاث محافظات هى أسوان وسوهاج وقنا ، فتبين أن دخول التليفزيون إلى مدن الصعيد لم يؤثر على درجة الاستماع للإذاعة إلا بنسبة لا تعدو ٥ ٪ ، ويستمع المواطن فى المتوسط لمدى ساعتين يومياً تقريباً تزيد إلى نحو ثلاث ساعات فى أيام العطلات ، وتزيد نسبة المستمعين إلى برامج الإذاعة على ٩٠ ٪ بين من يبلغون الخامسة عشرة من العمر أو أكثر فى حين لا تزيد أجهزة التليفزيون فى مصر عن ستمائة ألف جهاز ؛ كما أن الإرسال التليفزيونى لا يغطى إلا مساحات محدودة من البلاد .

وتتوفر للإذاعة وحدها فرصة السبق الإخبارى على وسائل الإعلام : فالإرسال الإذاعى متصل على مدار اليوم ، فيبدأ من الخامسة صباحاً إلى

الثانية والنصف من صباح اليوم التالى ولاتحتاج إذاعة خبر ما إذا استثنينا ظروف الرقابة لأكثر من قطع البرنامج وفتح الميكروفون على الهواء لإذاعته فى اللحظة ذاتها ؛ والأمر كذلك بالنسبة للتليفزيون إلا أن الإرسال التليفزيونى لا يبدأ قبل الخامسة مساء وينتهى فى الحادية عشرة والنصف قبل منتصف الليل . أما بالنسبة للصحيفة فإذا أصدرت ملحقاً من أجل خبر هام فتحتاج إلى مالا يقل عن ساعتين .

وإذا ألقينا نظرة على الأعداد الهائلة من محطات الإرسال الإذاعى فى العالم سنة ١٩٧٢ وجدناها تبلغ ١٢٤٨٨ محطة مقسمة كالآتى :

نوع الموجة	عدد محطات الإرسال
طويلة ومتوسطة	٨٦٧٩
قصيرة	٣٨٠٩
المجموع	١٢٤٨٨

وإذا ما وضع فى الاعتبار تسابق الدول على إقامة هذه المحطات وتقويتها وعدد ساعات الإرسال اليومى فى كل بلد ، وتبلغ فى مصر أكثر من مائة وثمانين ساعة ، واللغات المستخدمة ، وهى فى مصر ست وثلاثون لغة ، وتزايد عدد أجهزة الاستقبال الإذاعى فى كل مكان يوماً

بعد يوم ، وخاصة جهاز الترانزستور الذى تغرق به اليابان الأسواق العالمية – تبينا بوضوح مدى ما وصلت إليه هذه الوسيلة من قوة وفاعلية فى عالم تنتشر فيه الأمية لمن هم فوق الرابعة عشرة بنسبة ٤٠ ٪ .

الإرسال الإذاعى عن طريق الأقمار الصناعية

وسوف تبلغ الإذاعة ذروة أهميتها ونحن على أبواب عصر اتصال الفضاء ، وتعد الأقمار الصناعية قمة فى تكنولوجيا الاتصال وثورة فى المجال الإخبارى : فعن طريقها يتسع مدى الاتصال مكانياً ، ويقل هذا المدى زمانياً ؛ إذْ تعمل هذه الأقمار فى مدارات حول الأرض تبعد عنها بنحو خمسة وعشرين ألف ميل ، وتستطيع إذاعات الدول المستخدمة لهذه الأقمار الصناعية نقل الأخبار الحية حول العالم فى ثوان معدودة ؛ كما تستطيع محطات الاستقبال الأرضية لهذه الدول نقل الأحداث العالمية فورياً عن طريق الصوت والصورة .

ومثال قريب : زيارة الرئيس أنور السادات للقدس وخطابه فى الكنيست فى نوفمبر ١٩٧٧ .

والجدير بالذكر أن نقل الأحداث عن طريق الأقمار الصناعية لا يستخدم للأغراض الإذاعية إلا فى القليل النادر ، وفى نقل الأحداث الخاصة والهامة جداً لارتفاع تعريفة الاتصال الفضائية .

والمعروف أنه حتى الآن يتم التحكم فى إرسال الأقمار الصناعية عن طريق المحطات الأرضية التى تعمل وسيطاً بين هذا الإرسال ومستقبليه من مستمعين ومشاهدين بحيث تتم هذه العملية انتقائياً وفق ما يراه المهيمنون

على هذه المحطات مناسباً للجمهور الذى يوجه له الإرسال ، غير أنه من المتوقع خلال الخمسة الأعوام القادمة أن تصبح الأقمار الصناعية من القوة بحيث يستطيع الفرد العادى التقاط إرسالها عن طريق أجهزة « الاستقبال الترانزستور القمرية » مباشرة وعن غير طريق المحطات الأرضية . وتقوم اليابان الآن بإجراء التجارب حول إمكان إنتاج هذه الأجهزة ، ويتوقع أن تغمر الأسواق بكميات مهولة فى وقت قريب .

وكما هو معروف فإن حركة الأخبار العالمية تسيطر عليها مراكز الأخبار الرئيسية فى العالم مثل نيويورك ولندن وموسكو وباريس ، وكل منها يعمل كمركز لجمع وتوزيع الأخبار الخاصة بالدول المتقدمة وبالدول النامية أيضاً ، ومعظم هذه الدول الأخيرة لا تملك الوسائل ولا المقدرة الفنية على توصيل أخبارها لتتيح نقلاً متبادلاً للأخبار من هذه الدول وإليها ؛ وبذلك تنقل هذه الأخبار فى إطار دلالى غير إطارها الحقيقى ، ومن وجهات نظر بعيدة كل البعد عن مشاكل هذه المناطق النامية ؛ فلا ينشر عن الهند مثلاً إلا الأخبار المسلية للقارئ الغربى مثل : زواج الأطفال ونظام المنبوذين وتقديس الأبقار ؛ ولا يذكر شىء عن تقدم البلاد ونهضتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية : وفيما عدا الأخبار الكبرى كحرب فيتنام ومشكلة الشرق الأوسط – لا تهتم الاحتكارات الإعلامية بأحداث الدول النامية اللهم إلا خبر سقوط طائرة أو صدام سيارة وقطار أو خبر طريف يضحك له الجمهور فى الدول المتقدمة لغرابته .

ومما يذكر هنا أن أجهزة الاستقبال القمرية هذه على الرغم مما ستتيحه من فرص تبادل الأخبار الآتى من جميع أنحاء العالم وما تضيفه هذه الفرص من أبعاد جديدة إلى حياة الإنسان وخبراته وخاصة فى الدول النامية ، فإن هناك وجهاً آخر لهذه الصورة المشرقة وهو الخطورة التى تهدد المجتمعات النامية بخبراتها القليلة حين تتلقى فيضاً من المواد الإخبارية ؛ لأن قدرتها المحدودة على تمييز الأخبار الهامة من غير الهامة والأخبار المناسبة من غير المناسبة بالإضافة إلى فرص تعرض هذه المجتمعات إلى دعايات مغرضة وضغوط سياسية واقتصادية مختلفة — قد تشكل تهديداً للتقدم فى هذه الدول ، وعنصراً معوقاً أمام فهم الجماهير للأخبار بدلاً من أن يكون عنصراً مساعداً ؛ وبهذا تصبح هذه الأجهزة سلاحاً ذا حدين يرى بعض الإعلاميين فيها الضرر أكثر من النفع !

معوقات الإرسال الإذاعى

والإعلام الإذاعى ليس عملية بسيطة ومباشرة : بمعنى أنها تحدث أثرها فى الجماهير بطريقة تشبه إطلاق النار على شخص لإصابته ؛ فالاتصال الإذاعى يتم من طرف واحد وسط سلسلة من الظروف المختلفة التى قد تحول دون وصول الرسالة الإعلامية إلى المستمع بالصورة المرجوة ؛ فالمرسل هنا يخاطب أفراداً لا يعرفهم ولا يعرفونه ، ولا يستطيع أن يتلقى منهم ما يفيد استقبالهم وتقبلهم لرسالته ؛ ولقد أثبتت الدراسات أن الصورة التى يعتنقها الإعلامى عن الجمهور الذى يخاطبه تؤثر على الطريقة التى ينظم بها مادته ، وإذا كان المرسل يختار الفئة التى يوجه إليها رسالته فإن هذه الفئة بدورها ترفض وتختار ما تشاء من هذه الرسالة ، وليس هناك من وسيلة لمعرفة ردود فعل المستمعين وهم الهدف الأول والأخير للإذاعة وطريقة تقبلهم للرسالة المسموعة إلا عن طريق بحوث المستمعين ، وهو نظام تأخذ به جميع الإذاعات المتقدمة لإيجاد تفاعل مستمر بينها وبين سامعيها .

ومعوقات الاتصال كثيرة ومتعددة منها :

١ - الأسباب الفنية :

وتنتج عن ضعف الإرسال أوتداخل الموجات أوسوء الاستقبال الناتج عن العوامل الجوية ؛ كما هو الحال فى مناطق الصحراء الشرقية والغربية وساحل البحر الأحمر ومعظم صعيد مصر جنوب أسيوط حيث لا تسمع الإذاعة المصرية على الموجات المتوسطة فى الفترة من بعد ظهور الشمس بنحو ساعة إلى ما قبل غروبها بساعة ، وذلك بسبب تأثر انتشار الموجة الشديدة لظهور الشمس التى تمتص الموجات السماوية الأثيرية امتصاصاً شبه كامل فى المناطق الصحراوية كلما بعدنا عن مركز الإرسال .

ومن الممكن الوصول إذاعياً إلى هذه المناطق عن طريق بالموجة القصيرة إلا أنه من المتعذر على المستمع العادى استقبال الإرسال على هذه الموجة لما تحتاج إليه من جهاز استقبال جيد وهوائى ثابت وضبط للمحطة بالإضافة إلى كثرة تعدد المحطات على ميناء جهاز الاستقبال ؛ مما يتعذر معه على المستمع العادى التقاط المحطات بوضوح ، غير أنه بالإمكان تغطية هذه المناطق «غير المستهدفة» إذاعياً عن طريق إنشاء محطات صغيرة لنقل الإرسال عن طريق الخطوط التليفونية فى كل تجمع سكانى لا يقل عن عشرة آلاف نسمة ، وأعتقد أن الدولة الآن فى سبيل تحقيق ذلك .

٢ – التشويش :

والتشويش نوعان : النوع الأول هو ما ينتج عن أى تداخل صوتى مع الرسالة المذاعة مثل : رنين جرس أو صياح طفل وما إلى ذلك .

والنوع الآخر هو ما تلجأ إليه الحكومات لمنع مواطنيها من الاستماع إلى الإذاعات المعادية ، وهذه الحالة لا تنطبق بالطبع على الإذاعات المحلية فى الداخل ، ولكنها تنطبق عليها إذا تعذر على المواطنين الموجودين فى الخارج الاستماعُ إلى إذاعاتهم الوطنية للأسباب المذكورة . ونظراً لما للإذاعات السرية أو العلنية المعادية من أثر كبير فى بلبلة الأفكار وتحطيم الروح المعنوية للأفراد ، وخاصة عن طريق الأخبار – فقد عمدت الدول إلى منع الاستماع إلى هذه الإذاعات بشتى الطرق : كالتشويش أو صنع أجهزة الاستقبال ذات الموجة المتوسطة فقط ، حتى لا تسمع غير البرامج المحلية أو عن طريق استخدام الإذاعة السلكية كما كان يفعل الاتحاد السوفيتى حتى بعد الحرب العالمية الثانية .

ومن هذه الطرق أيضاً تحريم بيع الأجهزة ذات الموجة القصيرة ؛ كما كانت تفعل ألمانيا واليابان خلال الحرب العالمية الثانية أيضاً . وبالرغم من هذا التحريم الذى كانت مخالفته تعد جريمة عقوبتها الإعدام كانت المحطات الأجنبية تسمع بشغف فى الخفاء !

ويقال : إن أول تشويش إذاعى فى العالم حدث سنة ١٩٣٤ عندما

وضعت حكومة النمسا صفارة قوية على الموجة التى تذيع عليها محطة الإذاعة الألمانية ، لتمنع الدعاية النازية من الوصول إلى الأراضى النمساوية ! وبالرغم من إدانة الأمم المتحدة للتشويش الإذاعى فقد اعتبرت بعض الدول مثل بولندا «أن لكل دولة الحق المطلق فى حماية نفسها ضد هذا النوع من الاعتداء مثل حقها فى منع تهريب الأفيون وبيع كتب الدعارة والتهريب عن طريق الأشخاص ! » .

والمعروف أن الاتحاد السوفيتى من أكثر البلاد استخداماً للتشويش الإذاعى ويقال : إن الاتحاد السوفيتى أنشأ سنة **١٩٤٩** ألف محطة للتشوش الإذاعى ! ويرى بعض الناس فى التشويش عملية هدامة سواء من الناحية المعنوية أو من الناحية المادية ، وهو يعتقدون عدم جدواها ؛ لأن محطات التشويش غالباً لا تستطيع تغطية جميع المناطق المستهدفة !

ويرى هؤلاء أيضاً أن التشويش يحرم الفردَ حقَّ تلقى المعلومات ؛ كما يثير الشكوك ويساعد على تناقل ما يمكن الاستماع إليه من الإذاعات المعرضة للتشويش ، وغالباً ما تكون دعايات مسمومة من الأفضل الرد عليها عن طريق تبصير الشعب بالحقائق وتحصينه بالأخبار الصحيحة .

كما أن عملية التشويش تحتاج إلى موجات قصيرة ذات قدرة عالية ، وهى بذلك تقلل من عدد الموجات المتاحة للإرسال على الموجة القصيرة من الأفضل لو استخدمت لتقوية الإرسال .

يضاف إلى كل هذا التكلفة الباهظة التى تتطلبها محطات التشويش ؛

إذْ تبلغ تكاليف إنشاء المحطة الواحدة منها ما يعادل تكاليف إنشاء محطة للإرسال !

٣ – العوامل الاقتصادية :

وهى المتمثلة فى عدم مقدرة الفرد على شراء جهاز الاستقبال ، أو العجز عن دفع رسوم الحيازة . وتعمل الحكومات جاهدة على تخفيض أسعار أجهزة الاستقبال كما يقوم بعضها بإلغاء رسوم الحيازة ، وقد ألغيت هذه الرسوم فى مصر وقدرها جنيه ومائتا مليم عن كل جهاز استقبال فى السنة بموجب القانون ١١٢ لسنة ١٩٦٠ واستبدل به القانون رقم ٧٧ لسنة ١٩٦٨ رسوم الحيازة بفرض رسم على كل مستهلك لتيار كهربى قدره مليمان عن الكيلوات فى الساعة فى دائرة محافظتى القاهرة والإسكندرية ومدينة الجيزة ، ومليم واحد فى سائر أنحاء الجمهورية .

٤ – الرقابة :

وتُفرض على ما يذاع من أخبار فى وقت الحرب فى جميع البلاد تقريباً ؛ كما تفرض فى وقت السلم فى البلاد التى تتبع النظام الشيوعى فى الإعلام .

٥ – اللغة :

لقد خص الله الإنسان دون سائر الكائنات الحية بخاصية استخدام الرموز أو الكلمات للتعبير عن مكونات نفسه وما قوله تعالى : (وعلم آدم الأسماء كلها [١]) ، إلا تأكيد لقيمة اللغة فى حياة الإنسان ، فاللغة هى الوسيلة الأولى لبناء المجتمعات ، ولا يمكن وجود أى مجتمع إنسانى دون لغة : أى دون الوسيلة الرئيسية للتفاهم والتعاون بين أفراده . والكلمة المذاعة هى أهم الكلمات وأخطرها ؛ فعن طريقها يصبح الإعلام مشاعاً ؛ ليصل إلى جميع المواطنين فى أى مكان وأى زمان ! غير أن الكلمة المذاعة سرعان ما تتبدد فى الهواء ولا يمكن الرجوع لها إلا إذا كانت مسجلة .

ومن هنا جاء اهتمام الإعلاميين بالألفاظ التى يستطيع المستقبلُ فهمها والتجاوب معها ، والعامل الأساسى لنجاح أى رسالة إعلامية هو التشابه والمشاركة فى الخبرات والأفكار بين كل من المرسل والمستقبل ؛ ومن هنا كانت صعوبة التفاهم بين شخصين يتكلمان لغتين مختلفتين أو ينطقان بلهجتين متباينتين ! كما ينتج سوء الفهم أيضاً عند استخدام لغة واحدة فى مستويات مختلفة ؛ فالارتفاع فوق مستوى المستقبل أو الهبوط الشديد دون مستواه يفسد عملية التفاهم ؛ فالشخص العادى مثلاً لا يستطيع

(١) البقرة من آية (٣١)

فهم لغة العالم كأينشتين مثلا كما أن المستمع لا يستسيغ الإسفاف فى اللغة ، وهذا وذاك يؤديان إلى انصرافه عن مواصلة الاستماع . وكلما كانت الكلمة المذاعة سهلة وواضحة أمكن إدراك معناها .

وأفضل وسيلة للوصول للناس إنما هى مخاطبتهم باللغة التى يفهمونها أكثر من غيرها ، والإذاعى الناجح هو الذى يعرف تمام المعرفة الفلسفة الفكرية لبلده محيطاً تمام الإحاطة بمُثل وتقاليد أبناء وطنه ، حريصاً كل الحرص على احترام هذه الدلالات .

والمعانى ليست فى الكلمات المجردة ، ولكنها فى داخل الشخص الذى يستعمل هذه الكلمات ، وهذا يتطلب أن تكون الكلمة المذاعة بسيطة قدر بساطة المستمع واضحة وضوحاً يساعد على حسن إدراكها ؛ حتى لا ينشغل المستمع عن متابعة ما يذاع بالبحث عن المعانى .

وما اللغة أولاً وأخيراً إلا مرآة تعكس ظروف المجتمع الذى تعيش فيه ، وتصور أحداثه ، وتسجل قيمه ومُثله ؛ ومن ثم يأتى الكلام على وجه تسود فيه روح العصر مطابقاً لمقتضياته من حيث الصياغة والألفاظ والمعانى . وما قول الزعيم الهندى جواهرلال نهرو : « إذا أردت أن تقنع شعباً فعليك أن تخاطبه ليس فقط بلغة لسانه ، ولكن بلغة عقله وفكره » — إلا تأكيد « لذلك » .

٦ - العوامل الاختيارية :

وأهمها فتح الجهاز وإغلاقه ، وهذه العوامل تتأثر بموعد تقديم المادة ، وكثيراً ما يقال : إن الفترة الزمنية التى يقدم فيها البرنامج أكثر أهمية من المضمون ؛ كما تتأثر هذه العوامل أيضاً بما يقدم فى الوقت نفسه من برامج فى خدمات أخرى ، بل بما يسبق هذه المادة أو يعقبها من برامج محبوبة أو مكروهة ؛ كما قد يؤثر على التشجيع على الاستماع أيضاً صوت الشخص الذى يذيع وطريقة إلقائه . ومع هذا يجب أن نضع فى اعتبارنا أن حوالى ٧٥ ٪ من المستمعين يفعلون شيئاً آخروهم يستمعون .

كل هذا ينبه لحقيقة ثابتة اليوم فى جميع إذاعات العالم ، وهى أن برامج الإذاعة توقيتها وموضوعها وأسلوبها وطريقة عرضها - تبنى على العلم والدراسة لتحقيق الهدف الذى تسعى إليه كل إذاعة ، وهو استمرار العلاقة الإيجابية بينها وبين الجمهور لزيادة أعداد المستمعين باستمرار والاحتفاظ بثقتهم ، والمستمع يود دائماً أن يجنى أكبر قدر من الفائدة نظير أقل ما يبذل من مجهود !

أهداف الإذاعة

والإذاعة كوسيلة إعلام تُعد فناً من الفنون التطبيقية يقصد لهدف ، وليست فناً جمالياً يقصد لذاته كالفنون الجميلة .

وغاية الإذاعة هنا الاتصال بالجماهير لتحقيق أهدافها الإعلامية ، ونحددها فى أهداف ستة هى :

١ – الإخبار	٤ – التثقيف
٢ – التفسير	٥ – الترفيه
٣ – التوجيه	٦ – الإعلان

١ – الإخبار :

ويقصد به تزويد المستمعين بالأخبار الداخلية والخارجية التى تهمهم وتهم بلادهم : فأظهر صفة من صفات الإنسان هى حب الاستطلاع لمعرفة الأخبار والاطمئنان إلى البيئة والتعرف إلى الأشخاص الآخرين ، وخاصة فى هذا العصر الذى نعيش فيه والذى أصبحت مقدرات الناس واحتياجاتهم تتوقف على أشخاص آخرين .

وغنى عن البيان أن هذه الوظيفة الإخبارية تتحقق عن طريق نقل الأخبار فورياً بوضوح وصراحة ودقة وموضوعية وذكر مصادر هذه الأخبار

والإذاعة اللبنانية والإذاعة الإسرائيلية العبرية .

وفى مصر تأخذ إذاعة الشرق الأوسط بنظام الموجز المنتظم كل ساعة خلال فترات إرسالها ، ولكن مع الأسف أن هذا الموجز لا يحقق الغرض الذى من أجله اتبع هذا النظام ، وهو تقديم الأخبار الجديدة أولا بأول . فلقد تبين عن طريق التحليل لمضمون عينة من النشرات التى تذاع فى مختلف الخدمات أن الأخبار الرئيسية والهامة لا تذاع فى أى من الخدمات الإذاعية قبل إذاعتها أولا من البرنامج العام .

وفى مصر أيضاً تتوفر للإذاعة وحدها فرصة السبق الإخبارى على سائر وسائل الإعلام الأخرى نظراً لكون الإرسال متصلاً على مدار اليوم كما سبق أن قلنا ، وتنفرد إذاعة البرنامج العام فى مصر بخاصية قطع البرامج لإذاعة خبر هام ، وقد تشاركها إذاعة صوت العرب فى هذا السبق فى بعض الأحيان عندما يكون الخبر المذاع له أهمية عربية ، ويلاحظ الطابع السياسى على مثل هذه الأخبار .

ومما لا شك فيه أن الأخبار التى تنقلها الإذاعة المصرية – وهى ملك للدولة – صحيحة مستقاة من مصادر مسئولة ، ونادرا ما يذاع خبر محرف أو غير صحيح ؛ ولذلك فالمستمع لديه ثقة تامة بما يذاع بعكس ما قد ينشر فى الصحف أو فى وسائل الإعلام الأخرى ، وهذه الثقة تجعل الإذاعة المصرية لها من القوة والتأثير ما ليس لغيرها من الوسائل . فتستطيع بذلك أن تسهم أكبر مساهمة فى التوجيه السياسى والاقتصادى

والثقافى والاجتماعى عن طريق برامجها المختلفة بصفة عامة ومادتها الإخبارية بصفة خاصة ، وفق خطة مدروسة تبنى على الأهداف الداخلية والخارجية المراد تحقيقها فى جميع المجالات ؛ فإن أعظم قوة فى العالم اليوم ليست قوة الكهرباء ولا قوة الطاقة الذرية أو صواريخ الفضاء ، ولكنها قوة التأثير وإقناع الإنسان للإنسان بقول الصدق .

ولهذا تكون أهمية الإذاعة جلية واضحة فى الأزمات والحروب حيث يلجأ الناس للإذاعة كمصدر فورى للحصول على آخر التطورات ولتعويضهم عن عدم الاشتراك الفعلى فى الأحداث ومشاهدتهم لهذه الأحداث ، بالإضافة إلى ما للإذاعة من قدرة على إحياء الشعور العام وتجميع الجماهير حول هدف واحد هو الوطن . ولأن تأثير الإذاعة فى نفسية الجماهير أمضى وأخطر وقت الحرب من وقت السلم تُعد الإذاعة الجبهة الرابعة فى الحرب بجانب الجبهات الثلاث الأرض والجو والبحر .

ولهذا عندما عقد الألمان هدنة مع فرنسا فى أثناء الحرب العالمية الثانية سمحوا لها بالاحتفاظ بأسطولها ، واشترطوا إسكات محطات إرسالها !

ومثال آخر ما حاولته دول العدوان الثلاثى سنة ١٩٥٦ من إسكات صوت الإذاعة المصرية بضرب محطات أبى زعبل ، ولقد باءت محاولاتها بالفشل .

٢ – التفسير :

لقد أدى التطور السريع لضروب المعرفة فى شتى الميادين إلى تعقيد المجتمع بحيث أصبح ما يجرى فيه غير مفهوم للإنسان العادى ؛ كما أصبح الفرد فى هذا المجتمع الحديث لا يملك من الوقت أو الجهد أو المال أو العلم ما يمكنه من فهم المدلولات الدقيقة لجميع المعارف التى هى بعيدة كل البعد عن تجاربه المباشرة ؛ ومن هنا أصبح لزاماً على رجل الإعلام عن طريق الشرح والتفسير سد الهوة السحيقة بين الخبير والإنسان العادى ؛ فالمهم ليس سماع الأخبار فقط ، ولكن فهمها أيضاً ؛ ومن أجل تحقيق هذه المهمة يتعين على الإذاعة استخدام المحرر المتخصص فى شتى ضروب المعرفة حتى لا يؤدى التوجيه المستمر إلى بلبلة أفكار المستمع ، وكذلك للتقريب بين المتخصص ورجل الشارع ، حتى تتخلص الأحداث من تجردها والأخبار من تعقدها والمعلومات من صعوبتها .

ومن هنا تأخذ الإذاعات بمبدأ المندوب الإخبارى المتخصص الذى يستطيع المزج بين المعرفة العلمية والمعالجة الإعلامية ؛ لكى يعرض العمل الأصلى بعبارات سهلة مبسطة .

فالمواطن « الذى يعيش فى حيز صغير من المكان على سطح الأرض ، ويتحرك فى دائرة محدودة ولا يعرف إلا عدداً قليلاً من الناس ، ولا يدرك من الأحداث إلا بعض زواياها دون أن يعرف الزوايا الأخرى – عليه فى

المجتمع الديمقراطى – أن يشارك بالرأى حول مشكلات سياسية واجتماعية وثقافية تغطى مساحات أكبر مما يعيش مكاناً وزماناً ، ويتناول من الموضوعات أكثر مما تمكنه ملاحظته شخصياً معتمداً فى ذلك على ما تمده الإذاعة وأجهزة الإعلام الأخرى من رؤى وأخيلة ونماذج وأنماط » .

* فالإذاعة مسئولة عن تقديم المعلومات إلى الجماهير بصورة مبسطة وخالية من التفاصيل العلمية المعقدة وبلغة سهلة ميسرة لكى تضمن مشاركة جماهير الناس فى مناقشتها ، وعلى الإذاعى من خلال التفسير أن يوقظ المستمع ، ويثير انتباهه ، ويهيئ ذهنه للفهم ، ليشارك فى عصره .

٣ – التوجيه :

والتوجيه والإرشاد لا يعنى الخطب المنبرية أو المقالات البلاغية ، بل يعنى نقل الرأى المعتمد على الدليل والبرهان والحقائق والأرقام فى لغة سهلة مبسطة ، وهذا له من القوة والتأثير ما لا يمكن أن يكون للألفاظ الضخمة الرنانة .

إن مهمة التوجيه والإرشاد – وخاصة فى المجتمعات النامية بالدرجة الأولى – فى المجال السياسى والاقتصادى للأخذ بيد الجماهير لتبنى مقدراتها ولتعلمها حقوقها ولترشدها إلى واجباتها . وهذه المهمة تعد أخطر ما تقوم به الإذاعة ؛ لأنها تحمل وجهة نظر الحكومة (وهى المشرفة على الإذاعة) فى شتى القضايا الداخلية والخارجية وغالباً ما تستعين الإذاعة بكبار

المعلقين السياسيين والشخصيات البارزة للقيام بهذه المهمة . ولاشك أنها مهمة صعبة ودقيقة ؛ ولهذا يقال : إن القدرة على توجيه الأخبار وجهة معينة هى القدرة على حرمان الجمهور من أن تصل إليه المادة التى يستطيع بها أن يكون رأياً فى كل مشكلة .

غير أن مهمة التوجيه لا تقتصر فقط على المجال السياسى وحده ، بل تتعداه إلى جميع نواحى الحياة ، فتقدم للجمهور التوجيهات الأدبية بالنسبة لقراءة الكتب والمقالات الجديدة ، وكذلك توجيهات فنية بالنسبة للمسرح والفن والموسيقى والرياضة ؛ كما تقدم للطفل الأخبار والمعلومات والقصص والتسلية .

٤ – التثقيف :

الثقافة غذاء روحى لا يقل أهمية عن الطعام ؛ لكى يستطيع المرء أن يعيش عصره متأثراً به ومؤثراً فيه ، ولقد أصبحت الإذاعة من أهم وسائل التثقيف التى فى متناول الجماهير ؛ لما لها من قدرة على التأثير فى حياة الناس وطرق معيشتهم بوجه عام ؛ وهذا التأثير يزداد خطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم .

والإذاعة سجل نابض بالحياة ، وانعكاس لثقافة الأمة ، وتصوير لإطارها الثقافى والاجتماعى : بمعنى أننا لو أجرينا تحليلاً دقيقاً لمضمون ما تقدمه إذاعة ما من مواد لوجدنا أنها تعبير صادق عما فى هذه الأمة من

قيم ومبادئ وعادات وتقاليد .

وتقوم الإذاعة ببث الأفكار والقيم والمعلومات التى تحافظ على ثقافة المجتمع ، وتساعد على تنشئة أفراده وتوعيتهم بالسياسات والإجراءات لإعداد المواطن للعمل فى الحرب والسلم على السواء من خلال برامجها الثقافية ، سواء من خلال برامجها الواقعية من خبر وتعليق وتفسير وحوار وندوة وبرامج تسجيلية ، أو من خلال برامجها الخيالية كالقصة والتمثيلية والمسرحية وخلافها .

كل هذا يوسع مجال الحديث والمشاركة والمناقشة بين الجماهير فى جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، مما يؤدى إلى خلق الجو الحضارى الملائم للتقدم والنهضة .

٥ – الترفيه :

يرى المفكرون أن الترفيه هدف أساسى من أهداف وسائل الإعلام بوجه عام ؛ كما يرون أن ألوان المتعة القصصية قد أثرت على الجوانب الإخبارية والإعلامية نفسها لدرجة أن الأحداث السياسية أصبحت تقدم بطريقة درامية ؛ وكذلك تطورت أساليب الكتابة الإعلامية ؛ لتروى أخبار السياسة والفضاء والحرب والسلام بطريقة إنسانية تقرب من القصص الفنية أو الأدب .

ولاشك أن الترفيه ضرورة تمكن الفرد من مواجهة أعباء الحياة فى

العصر الحديث ؛ فمن خلال الفن والترفيه يمكن الإنسان أن يتقمص الشخصيات ويمر بالكثير من التجارب والخبرات ؛ مما يؤدى إلى الشعور بالراحة النفسية ؛ فالتخيل وتقمص الشخصيات الوهمية – كما يقول فرويد – يسرِّى عن النفس ، ويخفف من التوتر ، ويطلق النزعات المكبوتة .

غير أن الترفيه لا ينبغى أن ينحط إلى مستوى الإسفاف الخطير على نفسية المستمع وقواه العقلية ؛ مما قد يؤدى إلى تمزيق وحدة الشعب والقضاء على روحه المعنوية ! وخير أنواع الترفيه ما يحمل من معان وأخيلة سامية ترتقى بالمستمع ، وتسمو به : كالموسيقى الراقية والأغانى ذات المعانى السامية .

وهناك أيضاً البرامج الرياضية والتمثيليات وبرامج المنوعات التى تجمع بين الفكاهة وغيرها من مواد التسلية السابق ذكرها .

حقيقة أن الترفيه عن الناس وتسليتهم ليسا بالأمر اليسير وخاصة أن جماهير الإذاعة واسعة ومتباينة فى الذوق والثقافة إلا أنه مما لاشك فيه أن المجال يتسع فى الخدمات الإذاعية المختلفة ومن خلال تنوع البرامج لتقديم الترفية لجميع الفئات اعتباراً من المثقف الذى ينشد الاسترخاء فى الأوبرا الإذاعية أو فى البرامج العلمية إلى أبسط البسطاء الذى يستعذب الأغانى والمأثورات الشعبية ؛ ولهذا نجد أن نسبة الترفيه ترتفع دائماً فى برامج الإذاعة ؛ لتشكل حوالى ٥٠ ٪ من مجموع ما يقدم من برامج تثقيفية

أو برامج إخبارية لا تتجاوز الواحدة منها ١٥٪ من مجموع ما يقدم من برامج : ويقول الإذاعيون المحنكون : إن الترفيه الذى تقدمه الإذاعة لجمهورها ما هو إلا المشهى لوجبة أدسم قوامها التثقيف والإخبار !

٦ - الإعلان والتسويق :

الإعلان هو الهدف الأخير من أهداف الإذاعة .

والإعلان معروف منذ القدم حتى قبل اختراع وسائل الإعلام ؛ فقد اكتشفت بردية قديمة فى طيبة وعليها إعلان يقول : إن عبداً اسمه « شيم » قد هرب من سيده الطيب « هابو » وهو يرجو من يجده أن يعيده إلى سيده « هابو » الخياط الذى يفصل أرقى الملابس على حسب رغباتك ! وسيحصل من يرشد عن العبد على قطعة ذهبية مكافأة له ! » .

أما الإعلان التجارى الحديث فقد عرف فى أعقاب الثورة الصناعية ، وأدى إلى انتشاره اختراع الطباعة وظهور الصحف بهدف تصريف الإنتاج . والطريف أيضاً أنه قبل استخدام الآلة وزيادة الإنتاج كان المستهلك وليس المنتج هو الذى يعلن عن السلعة التى يرغب فى شرائها ؛ فقد نشر إعلان فى إحدى الصحف فى القرن السادس عشر يقول :

« يرغب السيد جون فى شراء قطعة قماش من الصوف الإنجليزى الفاخر فمن لديه الصنف فليتقدم إلى العنوان التالى . . . ! » .

أما بالنسبة للإعلان الإذاعى فقد عرفته الإذاعات الأهلية التى أقامها تجار وأجهزة الراديو فى العشرينيات فى مصر للترويج لتجارتهم ولتحقيق الربح المادى عن طريق إذاعة الإعلانات التجارية كما سبق أن ذكرنا فى أوائل هذا الكتاب .

والجدير بالذكر أن الإذاعات الأهلية أو الإذاعات المملوكة للصحف أو للشبكات الإذاعية الكبيرة كما هو الحال فى أمريكا تعيش على الإعلان ، شأنها فى ذلك شأن الصحف ؛ إذْ يشكل الإعلان الجزء الأكبر من مواردها .

أما الإذاعات الرسمية أو المملوكة للدولة فقلما تعتمد على الإعلان التجارى إذْ تقوم الحكومات بالإنفاق عليها ، وتعتبر ناطقة باسم هذه الحكومات ؛ ولهذا نجد الإعلان الحكومى أو البيانات والنشرات الرسمية هما المسموح بإذاعتهما فقط فى مثل هذه الإذاعات ، وبالطبع لا تتقاضى الإذاعات أى ثمن عن هذه الإعلانات وهى غالباً ما تذاع ضمن نشرات الأخبار ، وخاصة النشرات المحلية كما هو متبع فى البرنامج العام فى مصر .

ولم تفكر الإذاعة المصرية فى إدخال الإعلانات التجارية ضمن برامجها إلا فى عام ١٩٥٤ عند بدء إنشاء إذاعة الإسكندرية المحلية ، وتبعتها بعد ذلك إذاعة الشعب وإذاعة الشرق الأوسط والبرنامج الأوربى المحلى . وتأتى إذاعة الشرق الأوسط فى المرتبة الأولى بالنسبة لعدد ساعات

الإرسال من ناحية الإعلانات نظراً لقوة إرسالها وإمكان سماعها بوضوح فى العالم العربى فضلاً عن نوعية برامجها التى تتسم بالخفة والإيقاع السريع .

وتتخذ الإعلانات الإذاعية أشكالاً مختلفة : فمنها ما يقرأ بصوت المذيع ، ومنها الإعلان الغنائى أو ما هو على شكل حوار أو تمثيلية ، وعادة يحسب الإعلان الإذاعى بالدقيقة ويقال : إن أول دقيقة إعلانات أذيعت من إذاعة الإسكندرية كان سعرها ٢٠٠ ج ! وهناك نوع آخر من الإعلانات وهو « البرامج المكفولة » ، وهى برامج عادية يختارها المعلق ، أو يقترح تنفيذها ، ويدفع نفقاتها على أن يذكر ذلك فى بداية البرنامج ونهايته ، ومن الممكن أيضاً من خلال البرنامج .

تشابك الأهداف الإذاعية :

وبعد تناول كل هدف من هذه الأهداف بالتعريف تجدر الإشارة إلى أن هذه الأهداف الستة لا يمكن الفصل بينها فصلاً جذرياً : لأنها كذلك فى واقع الحياة ؛ فكل هدف من هذه الأهداف قد يتضمن أهدافاً أخرى بين طياته : فالإعلان مثلاً له وظيفة التوجيه والإرشاد بجانب هدفه الرئيسى وهو التسويق . وكثيراً ما يُستخدم الخبر فى الإعلانات التى تنشر لتحقيق أغراض سياسية !

مثال ذلك :

الإعلان الذى نشرته شركة أرامكو فى صحيفة الأخبار عن استمرار تدفق البترول فى أنابيبها ، وكان ذلك عقب خطاب الرئيس جمال عبد الناصر فى الأزهر الشريف فى أثناء العدوان الثلاثى على مصر سنة ١٩٥٦ الذى ذكر فيه تدمير الشعوب العربية لأنابيب البترول المارة فى أراضيها تضامناً مع الشعب المصرى فى معركته حيث أرادت الشركة أن تنفى ما ذكره الرئيس عبد الناصر عن طريق هذا الإعلان !

وكما تعطى الأغانى والأناشيد التثقيف والتوجيه فى كثير من الأحيان نجد أيضاً أن الأخبار تنبئ عن التسلية والترفيه ؛ كما تقدم الأحداث السياسية بطريقة مسرحية ، وكذلك تروى أخبار الجريمة والسياسة وأنباء الفضاء والحرب والسلام بطريقة إنسانية تقرب من القصص الفنى أو الأدب .

والبرنامج الإذاعى الناجح هو الذى يمزج بين هذه الأهداف بجرعات ذكية حتى تظل الإذاعة محتفظة بجمهورها ، ولا يهرب منها إلى إذاعات أخرى !

فقد يصبح الضغط الإعلامى المتمثل فى الأخبار والتعليقات السياسية والبرامج الثقافية لا يطاق ؛ ولهذا يجب أن تعقبه أو تتخلله البرامج الموسيقية والغنائية والتمثيلية وغيرها لتخفيف الضغط ولإراحة ذهن

المستمع ؛ حتى يستطيع الاستمرار فى التعرض لمزيد من الفترات الإخبارية والتثقيفية ؛ ولهذا ترتفع عادة نسبة البرامج الترفيهية فى الإذاعات على غيرها من البرامج الأخرى ؛ لتصل إلى أكثر من نصف البرنامج الإذاعى كله .

جمهور المستمعين

يقول ولبور شرام : إن التحدث عن الإعلام من زاوية الوسائل وحدها أو من زاوية العملية الإعلامية معزولةً عن الإطار الاجتماعى والثقافى – لا يمكن أن يؤدى إلا إلى طريق مسدود :

فالإذاعة تحتاج إلى جمهور من المستمعين حتى يكون لأى مادة تذيعها فائدة وفاعلية ، والإذاعة تتأثر بجماهيرها كما تؤثر فيهم عن طريق بث أهدافها فيما تقدمه لهم من مواد .

والإذاعة تخاطب جماهير عريضة من الناس متباينة فى السن والطبقة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية ؛ كما يتمثل هذا التباين أيضاً فى الثقافة والتعليم والاتجاهات المختلفة ، فضلاً عن الخصائص السيكولوجية التى تتحكم فى تكوين الأفراد وجمهور الإذاعة قد يتسع حتى يشمل الألوف والملايين ، وقد يضيق حتى يصبح فرداً أو مجموعة من الأفراد . غير أن الجماهير التى تخاطبها الإذاعة ليست هى الجماهير المحتشدة فى مكان ما لفترة زمنية محددة بلا روابط أو مصالح مشتركة كالجمهور الذى فى الملعب لمشاهدة مباراة فى كرة القدم مثلاً ، ولكن هى الجماهير ذات الميول والمصالح والذوق المشترك كخريجى الجامعة الواحدة مثلاً ؛ فهم قد ينتشرون فى بلاد شتى وأقطار مختلفة ؛ ومع ذلك فهم يكونون جمهوراً

واحداً تربط بين أفراده صلات معنوية مشتركة .

ولهذا فمهمة الإذاعة شاقة وعسيرة فى مخاطبتها لهذه الجماهير برغم ما يربط بينهم من خصائص مشتركة ؛ إذْ يصبح على الإذاعة إشعار كل فرد من أفراد الجمهور بأنها تتوجه إليه بالحديث وحده !

والفهم الدقيق الكامل للجمهور يشكل الأساس الأول فى عملية الإعلام الإذاعى ، وهى عملية شاقة جداً ، فقد أجمع الباحثون فى دراسة الجمهور على أن الفرد الذى تخاطبه الإذاعة قد يكون شيئاً آخر غير «الجمهور» الذى ينتمى إليه هذا الفرد ؛ كما أن الرأى العام الذى يوجه إليه الإعلام الإخبارى ربما لا يكون رأياً عاماً واحداً بل كثيراً من الآراء العامة بالإضافة إلى أن الخصائص التى نعتبرها خصائص عامة للجمهور الذى نخاطبه قد لا تكون فى الواقع عامة على النحو الذى نتخيله ، وقد لا تكون ثابتة أو دائمة ؛ كما نظن لأول وهلة ؛ كما أن الفرد المستمع ربما لا يظل هو الفرد الذى نتخيله فى بادئ الأمر : ذلك أنه يتغير على الدوام وفقاً لتغيير البيئة والظروف والملابسات المحيطة به ؛ ومن هنا نبعت الضرورة إلى مداومة إجراء بحوث المستمعين لمواصلة الكشف عن طبيعة الجماهير وآرائها وخاصة أن نتائج البحوث الإعلامية قلما تصدق فى غير الظروف التى أجريت فيها تلك البحوث ، ولكن بمواصلة البحث وأخذ متوسطاته يصبح فى الإمكان إيجاد نتائج يعول عليها ، ويمكن الاستفادة منها .

وعلى الرغم من أن الفرد وليد بيئته الاجتماعية إذْ يرجع لهذه البيئة الأثر الأول فى التنشئة والتوجية فإن لكل فرد خصائصه السيكولوجية والعقلية والبدنية التى ينفرد بها ، وتجعله مختلفاً عن غيره من الأفراد سواء من ناحية الذوق أو الفهم أو الانفعال ؛ كما أن الرأى يتكوّن بفعل مجموعتين من العوامل : إحداهما هى ما يراه الناس ويقرءونه ويسمعونه ، والأخرى هى استعدادات أو ميول الناس للانفعال بطرق محدودة ؛ فالأفراد الذين يتعرضون مثلاً لحملة دعائية موجهة ضد دولة ما ولديهم ميول مضادة لهذه الدولة – يكونون على استعداد لتكوين آراء مضادة لهذه الدولة بسهولة .

ومما لا شك فيه أن كل رسالة إعلامية غريبة عن ثقافة المستقبل أو بعيدة عن ميوله واهتماماته أو غير متصلة ببيئته أو غير متمشية مع عاداته وتقاليده وسيكولوجيته لن تجد منه أى اهتمام . والإذاعة تستطيع عن طريق دراسة الحالة السيكولوجية العامة للمستمع أن تضع يدها على المشاكل النفسية التى تتصل بالحياة اليومية والتى لاشك أن ملايين المستمعين سوف يتصرفون من خلالها ؛ وبذلك تجتذب أفكارهم وتوجهها وفقاً لما تريد : فإذا استطاعت الإذاعة أن تقدم إلى الجماهير التى تجتذبها نماذج وأنماطا متغيرة ومتطورة مع العصر فلا شك أن الجماهير سوف تستجيب لهذه النماذج وتلك الأنماط المتطورة . والفرصة أمام

الإذاعة الوطنية كبيرة للاضطلاع بهذه المهمة ؛ فقابلية تصديق ما تقول والإيمان به كبيرة لدى مستمعها المحلى ، ولا تستطيع الإذاعات الأجنبية أن تنافسها فى مكانتها لديه لأنها تنبع من بيئته وتخاطبه بلسان حاله وروحه .

تعدد الخدمات الإذاعية

المستمعون للإذاعة هم أفراد الأمة فى عمومها غير أنهم يمثلون كما سبق القول قطاعات مختلفة متباينة يتميز كل قطاع بلون خاص من الثقافة ، ودرب معين من السلوك الاجتماعى الذى يختلف فى تفاصيله وسلوكُ القطاعات الأخرى وإن اتفق معها فى المبادئ والسمات العامة على أساس أن هذه القطاعات فى مجموعها تكوّن أمة واحدة . وتحديد ماهية المادة المذاعة وبيان حدودها التفصيلية أمر يحتاج إلى دراسة خاصة تبنى على أساس تصنيف السامعين تصنيفاً علمياً لتقديم المادة المناسبة لهم .

ومن هنا تفترض الإذاعة كنمط لجمهورها إنساناً متوسط الثقافة توجه إليه إعلامها ، ولكن بما أن هذه المتوسطات متعددة تضطر الإذاعة إلى إنشاء خدمات إذاعية متعددة ؛ لترضى جميع الأذواق والمشارب ؛ كما أن هذا التعدد «لا يعتبر ترفعاً أو تعاليا أو تجزيئاً للمجتمع بحال من الأحوال ؛ وإنما يتسم بالواقعية والعلمية ؛ فمن الضرورى أن يكون المجتمع نصب عين الإعلامى يدرس صفاته وخصائصه ، ويتبين مزاياه ومكوناته . وفى الدول الاشتراكية نفسها تتنوع الصحف والإذاعات بتنوع المهن والعمر وغيرها من الخصائص التى تحيل الإعلام إلى قوة واقعية فى المجتمع الذى تعيش فيه وكذلك فى الدول الديمقراطية أيضاً ، ففى بريطانيا

تجد أن هناك البرنامج العام وبعض البرامج الجادة والعميقة فيما يسمى بالبرنامج الثالث أيضاً.

وفى محاولة لتصنيف الجماهير التى تخاطبها الإذاعة المصرية يمكن القول : إن أهالى أعالى الصعيد متقاربون فى لهجتهم وميولهم من السودانيين ؛ كما أن سكان الواحات والصحراء الغربية والشرقية وموانى البحر الأحمر يشكلون جمهوراً متقارباً فى الذوق والمشارب ، وكذلك فإن سكان المناطق البحرية كالإسكندرية وبورسعيد وغيرهما نوع آخر من الجماهير.

أما جمهورنا فى المدن فيبدأ من الأمى فى أول القاعدة الذى يعتبر دخول السينما جريمة أخلاقية إلى الصفوة المثقفة التى تتابع آخر تطورات الحضارة الإنسانية فى فروعها المختلفة ؛ وعلى هذا يصبح جمهور الإذاعة فى مصر تعيش قمته فى ثقافة عصر الصواريخ ومركبات الفضاء على حين تعيش قاعدته فى عصر الناقة والحمار !

وعلى الإذاعة أن ترعى هؤلاء جميعاً ؛ كما أن عليها أن تخاطبهم بما يتفق مع تقاليدهم ويحقق رغباتهم ؛ فمهمة الإذاعة هنا هى القيام بدور الوسيط لتوصيل الفكر والمعرفة بصورة تناسبُ طبيعة المستمع الذى يحتاج إلى من يتسامى به حيناً ، ويلاطفه حيناً ، وينزل إلى مستواه حيناً ؛ فكل فرد من أفراد الجمهور يريد أن تتحدث وسائل الإعلام معه «لا أن تتحدث إليه !» .

ومهمة المسئولين عن الإعلام مراعاة هذه الحقيقة ؛ لأن الجمهور

مستعد لأن يسمع الوسيلة المَعْنية بمشكلاته ، ذلك أن قليلاً من المسئولين عن الإعلام هم الذين يزورون القرى والتجمعات السكانية النائية فى محاولة للتعرف على مشاكل المواطنين .

وقد ثبت من التجارب أن الخدمات الإذاعية المتخصصة تكون أكثر تأثيراً على الفرد من الخدمات العامة : فمثلاً إذا تناولت الخدمة المخصصة للريف موضوعاً يمس جمهور الفلاحين فسيكون له تأثير كبير لدى هؤلاء من أى برنامج يتحدث فى الموضوع نفسه ويذاع من الخدمة العامة .

والإذاعة المصرية لديها فرصة كبيرة لتخاطب المستويات كافة مبتدئة بالبرنامج الثانى الذى يخاطب صفوة المثقفين إلى إذاعة الشعب التى تحدث أبسط البسطاء ، وأيضاً إذاعة الإسكندرية الإقليمية ولو أنها تجربة لم تعم بعد فى جميع أنحاء البلاد .

ولاشك أن تعدد الخدمات الإذاعية يخدم المشارب والأذواق المختلفة ، ويتيح للمستمع فرصة الاختيار والاستماع دون سأم أو ملل ، غير أن هذا التنوع يتضمن خطراً آخر يتطلب من المهيمنين على الإذاعة حرصاً ويقظة شديدين لتصنيف البرامج وتنسيقها وتنويعها طبقاً للخدمة الإذاعية المعنية مع تقديمها فى إطار دلالى يوافق جمهور هذه الخدمة ؛ إذْ لا فائدة من بذل الجهود لجذب الجماهير إلى قضايا لا تتصل بحاجاتها ، ولا ترتبط بمصالحها فى حين أن الموضوعات العامة والنافعة تشق طريقها إلى نفوس الناس فى سهولة ويسر .

الخدمات الإذاعية المحلية فى مصر

فإذا استعرضنا الخدمات الإذاعية المحلية فى مصر والناطقة باللغة العربية نجد أن لكل خدمة هدفاً وجمهوراً تسعى إليه .

وهذه الخدمات هى :

١ - البرنامج العام :

هو الخدمة الرئيسية للإذاعة والناطق الرسمى بلسان الدولة ، ويستهدف النوعية السياسية بين الجماهير على الصعيد المحلى والعالمى بما يتيح للمستمع قدراً كافياً من الثقافة السياسية والفكر الواعى لما يدور حوله من أحداث . والبرنامج العام يخدم المستمع بوجه عام على أساس متوسطات مجموع المصريين من حيث الثقافة والدخل ، وحاجتهم إلى الإعلام ؛ كما يعبر عن وجهة نظر الدولة الرسمية فى جميع القضايا السياسية الداخلية والخارجية .

٢ - صوت العرب :

يستهدف التوعية بالقومية العربية والدعوة إلى وحدة الشعوب العربية وإبراز كفاح الشعوب المناضلة ضد الاستعمار ، وكفاح العرب ضد الصهيونية لاسترداد الأراضى العربية المسلوبة ، وحل القضية

الفلسطينية ، والعمل على رفع شأن الشعوب العربية ؛ وهو فى هذا يهدف إلى خدمة جميع العرب أينما كانوا بما فيهم المصريون .

٣ – إذاعة السودان :

وتعد صوتَ القاهرة فى أفريقيا ، وتستهدف تغطية أخبار أفريقيا بصفة عامة والسودان بصفة خاصة ، وتهدف إلى فضح مناورات الاستعمار والصهيونية فى أفريقيا ، وتركزُ على حق الشعوب الأفريقية فى الحرية والاستقلال ، وتبعث فى أبناء القارة وعياً أفريقياً .

٤ – إذاعة الشعب :

تستهدف خدمة فئات الشعب العاملة من العمال والفلاحين ، والتأكيد على الشخصية المصرية ، وإبراز دور الطبقة العاملة فى قضايا الوطن السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتوعية والتعريف بهذه القضايا لتحقيق المجتمع الديمقراطى الاشتراكى .

٥ – إذاعة الشرق الأوسط :

الأصل فى إنشاء هذه الإذاعة تجارى بهدف إذاعة الإعلانات التجارية المحلية والأجنبية .

٦ – البرنامج الثانى :

وهو برنامج ثقافى خاص يستهدف خدمة المثقفين فى مختلف المجالات العلمية والأدبية والفنية ؛ كما يهدف فى الوقت نفسه إلى رفع المستوى الثقافى للمستمع العادى .

٧ – الإذاعة الإقليمية لمدينة الإسكندرية :

تعتبر هذه الإذاعة النواة الأولى لفكرة إنشاء إذاعات إقليمية تقدم خدماتها على أسس لا مركزية تمشياً مع مبدأ الإدارة المحلية الذى يهدف إلى تحقيق النهوض بالبيئات المحلية لبعث روح النمو والازدهار فى أنحاء المجتمع المصرى الكبير .

وتهتم هذه الإذاعة بإبراز أوجه النشاط المختلفة فى الإسكندرية وضواحيها وتعمل على خدمة سكانها .

٨ – إذاعة الشباب :

وهى خدمة إعلامية خاصة لقطاع الشباب فى مصر تتيح للجيل الجديد تفهم أبعاد المرحلة الحالية باعتباره قطاعاً عريضاً يمثل أمل مصر فى المستقبل ، وذلك بتقديم البرامج والمواد الإذاعية الموجهة إليه والتى يشارك فى إعدادها وتقديمها فى جميع المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية مع ترسيخ القيم الدينية والأخلاقية والإسهام فى حل المشكلات التى يعانى منها الشباب فى المدارس والجامعات والمصانع والقرى .

دور الإذاعة فى التأثير والتغيير والتنمية الوطنية

كثر الجدل والبحث حول تأثير وسائل الإعلام على الجماهير وقدرتها على تغيير الرأى والاتجاهات . واتفق الباحثون فى النهاية على أن الناس يميلون إلى الاختيار من بين وسائل الإعلام ومن بين مضمون وسائل الإعلام : فيختارون ما يتفق مع معتقداتهم وقيمهم بوجه عام ، ويتجنبون ما لا يوافق هذه المعتقدات والقيم ؛ لهذا وجدت الدعوة لتنظيم الأسرة أو لتحديد النسل ترحيباً قوياً فى المدن ولدى المثقفين بصفة عامة ، على حين فشلت هذه الدعوة فى الريف للاعتقاد الراسخ فى النفوس بأن تحديد النسل حرام وضد التعاليم الدينية !

ومن هنا يقال : إن تأثير وسائل الإعلام ينحصر فى تعديل الاتجاهات التى عند الأفراد أكثر مما يميل إلى تغييرها ، فمثلاً :

معظم الناس يستخدمون معجون الأسنان فى تنظيف أسنانهم ، ولكن صنف المعجون المستخدم لا يهمهم كثيراً ؛ وهنا تكمن قوة الإعلان الذى يُسمع فى الإذاعة أو ينشر فى الصحف حول نوع ما من المعجون ؛ إذ يستطيع الإعلان أن يؤثر فى اختيار ذلك الصنف ، ومن ثم تصبح قوة الإعلان كامنة فى تحويل مجرد الاتجاه أو إعادة توجيهه .

ومن جهة ثانية يجمع العلماء على أن الاتصال الشخصى المواجه هو

أكثر أنواع الاتصال أثراً بين الناس ؛ وذلك لما يتيحه من أخذ وعطاء عن طريق المحادثة والمواجهة ، وهى عملية اتصال مزدوجة لها فعل ورد فعل مباشر تفتقر إليه وسائل الإعلام الأخرى ، هذا إلى جانب عامل الثقة الذى غالباً ما يكون بين الشخص ومحدثه : فالمصدر هنا معروف وغالباً ما يعمل فى ظروف خاصة .

ويجمع العلماء على أن الإذاعة وأيضاً التليفزيون هما أقرب وسائل الإعلام إلى الاتصال الشخصى المباشر بما يشيعاه من إحساس بالواقعية والمشاركة .

وبما أن الإذاعة أكثر انتشاراً من التليفزيون للأسباب التى ذكرناها من قبل ، إذن فالإذاعة تصبح الوسيلة التالية للاتصال الشخصى فى المقدرة على التأثير أو التوجيه : فالمستمع يستطيع أن يشارك فعلاً فى بعض البرامج الجماعية أو الجماهيرية ؛ كما أنه يشعر وهو يستمع فى بيته إلى أنه جزء من جمهور عريض يشاركه فى الاستماع إلى الإذاعة . وبما أن الغالبية العظمى من مستمعى الإذاعة من الأميين ومتوسطى الثقافة فإن الاستهواء أو القابلية للتأثير تصبح أسرع وأقوى أثراً .

وبالطبع لا تستطيع الإذاعة أو أى وسيلة إعلام أخرى إحداث أى تأثير مفاجئ فى الجماهير كلما أريد ذلك ، ولكن التأثير يأتى تدريجاً وبعد تعرض مستمر للرسالة الإعلامية السهلة المبسطة ؛ ومن هنا تستطيع الإذاعة أن تؤدى دوراً هاماً فى تطوير الشعوب وتنميتها عن طريق ما تنقله

إليهم من قيم ومبادئ وأفكار ومعلومات .

وتزداد أهمية هذا الدور كلما كان المجتمع مجتمعاً نامياً عليه أن يسابق الزمن ؛ ليلحق بركب الحضارة والتقدم الذى يتميز به عصرنا هذا ؛ حتى تضيق الهوة الفاصلة بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات النامية ، وأيضاً لتضييق الهوة داخل المجتمعات نفسها كتلك التى بين الريف والحضر .

ومن طريق نقل الأخبار والمعلومات تستطيع الإذاعة المساهمة فى توسيع الآفاق وتكوين صفة التفتح واستشعار الإنسان بغيره ، ورفع التطلعات الشخصية والوطنية .

ولقد وجد إبراهيم أبو لغد فى بحثه عن القرية المصرية أن الفلاحين ينقلون الأخبار التى يسمعونها عن طريق الإذاعة باعتبارها أخباراً موثوقاً فيها على حين يندر نقل أخبار عرفوها عن طريق الآخرين !

فالأخبار بضاعة أساسية لوسائل الإعلام بصفة عامة وللإذاعة بصفة خاصة ، وغالباً ما يكون للمضمون الإخبارى تأثير كبير فى الرأى العام من الدعاية السياسية وهناك قاعدة عامة تقول : « إن الرأى يتحدد عموماً بالأخبار أكثر مما يتحدد بالكلمات ما لم تفسر هذه الكلمات على أنها أخبار ! »

فالطلقات الأولى لثورة الجزائر مثلاً ، والهجمات المبكرة للمقاومة العربية فى فلسطين المحتلة وسيناء ، وإعلان تأميم قناة السويس ، وإعلان استقلال المستعمرات فى آسيا وأفريقيا – كل هذه الأخبار كانت تعبئ

المشاعر ، وتلهب حماس الأحرار فى كل مكان ؛ ليقوموا بدورهم فى تحرير بلادهم من الاستعمار والعزلة والتخلف ، ولنقل وجهات نظرهم القومية إلى العالم الخارجى ؛ ليتسنى للإنسان أن يعيش عصره متأثراً به ومؤثراً فيه .

ولاشك أن أهم ما تحتاج إليه الدول النامية طائفة من الإعلاميين المتخصصين فى الشرح والتبسيط والإقناع والتأثير فى الجماهير ليقوموا بدور الوسيط بين المتخصصين فى الشئون السياسية والاجتماعية والزراعية والصحية وغيرها وبين الجماهير القليلة الحظ من الثقافة ، وخاصة جماهير القرى والريف التى لا تعرف إلا القليل عن خطط التنمية وأساليب الزراعة الحديثة وطرق الرى ومكافحة الآفات والإرشاد الصحى والاجتماعى .

وهكذا تسعى الإذاعة فى الدول النامية - كما يقول الدكتور إبراهيم إمام - إلى تطوير الشخصية الإنسانية من الجمود إلى الحركة ، ومن التقليدية إلى التقدمية ، ومن التواكل إلى الإقدام ، ومن الخوف إلى المغامرة ، ومن القدرية إلى التجريب ، ومن الفشل إلى الأمل !

مراجع الكتاب

المراجع العربية :

- د . إبراهيم إمام .

الإعلام والاتصال بالجماهير – الإنجلو – ١٩٥٩

دراسات فى الفن الصحفى – الإنجلو – ١٩٧٢

- حسن الحسن .

الإعلام والدولة – بيروت – ١٩٧٥ .

- د . جيهان رشتى .

الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث – دار الفكر العربى ١٩٧١ .

- د . عبد اللطيف حمزة .

الإعلام له تاريخه ومذاهبه – دار الفكر العربى ١٩٦٥ .

- محمد إسماعيل محمد .

الكلمة المذاعة – مكتبة النهضة – ١٩٦٠ .

- فيل أولت .

ترجمة أحمد قاسم جودة – وراء الأخبار ليلاً ونهاراً – القاهرة ١٩٦٥

مجلة الفن الإذاعى .
مجلة الراديو المصرى .
مجلة الإذاعة والتليفزيون .

المراجع الأفرنجية

— Berlo, J.D. The Process of communication
— Berlo, J.D. "The Process of communication", NewYork, 1961.
— Casty Alan, "Mass nedia and mass man", New York, 1968.
— Charnley, Mitchell V., " News by Radio", macmillan 1948.
— Dexter and White, "People, society and mass communication" London, 1964.
— Hovland C., Janis I., Kelly F., "Communication and Persuasion", London, 1953.
— Lerner, Daniel, "The Passing of Traditional society, Illinois, 1964.
— Schramm, W., "Mass communication" Illinois, 1949.
— Schramm, W., "Mass Media and National Development", Stanford, 1964.

صدر من هذه السلسلة :

١ – طعام الفم والروح والعقل	توفيق الحكيم
٢ – الفضاء ومستقبل الإنسان	د. فاروق الباز
٣ – شريعة الله وشريعة الإنسان	المستشار على منصور
٤ – أسس التفكير العلمى	د. زكى نجيب محمود
٥ – عالم الحيوان	د. محمد رشاد الطوبى
٦ – تاريخ التاريخ	على أدهم
٧ – الفلسفة فى مسارها التاريخى	د. توفيق الطويل
٨ – حواء وبناتها فى القرآن الكريم	أمينة الصاوى
٩ – علم التفسير	د. محمد حسين الذهبى
١٠ – المسرح الملحمى	د. عبد الغفار مكاوى
١١ – تاريخ العلوم عند العرب	د. أحمد سعيد الدمرداش
١٢ – شلل الأطفال	د. مصطفى الديوانى
١٣ – الصهيونية	فتحى الإبيارى
١٤ – البطولة فى القصص الشعبى	د. نبيلة إبراهيم سالم
١٤م – عيون تكشف المجهول	د. محمد عبد الهادى
١٥ – الحضارة	د. أحمد حمدى محمود
١٦ – أيامى على الهوا	سلوى العنانى
١٧ – المساواة فى الإسلام	د. محمد بديع شريف
١٨ – القصة القصيرة	د. سيد حامد النساج
١٩ – عالم النبات	د. مصطفى عبد العزيز مصطفى
٢٠ – العدالة الاجتماعية فى الإسلام	أنور أحمد
٢١ – السينما فن	صلاح أبو سيف

٢٢ – قناصل الدول	أحمد عبد المجيد
٢٣ – الأدب العربى وتاريخه	د . أحمد الحوفى
٢٤ – المكتبة والقارئ	حسن رشاد
٢٥ – الصحة النفسية	د . سلوى الملا
٢٦ – طبيعة الدراما	د . إبراهيم حمادة
٢٧ – الحضارة الإسلامية	د . على حسنى الخربوطلى
٢٨ – علم الإجتماع	د . فاروق محمد العادلى
٢٨م– روح مصر فى قصص السباعى	حسن محسّب
٢٩ – القصة فى الشعر العربى	ثروت أباظة
٣٠ – العمارة الإسلامية	د . كمال الدين سامح
٣١ – الغلاف الجوى	د . يوسف عبد المجيد فايد
٣١أ– محمود حسن اسماعيل	د . عبد العزيز الدسوقى
٣٢ – التاريخ عند المسلمين	محمد عبد الغنى حسن
٣٣ – الخلق الفنى	د . مصرى عبد الحميد حنوره
٣٤ – البوصيرى المادح الأعظم للرسول	عبد العال الحمامصى
٣٥ – التراث العربى	عبد السلام هارون
٣٦ – العودة الى الإيمان	أحمد حسن الباقورى
٣٧ – الصحافة مهنة ورسالة	د . خليل صابات
٣٨ – يوميات طبيب فى الأرياف	د . الدمرداش أحمد
٣٩ – السلام وجائزة السلام	عثمان نويه
٤٠ – الشريعة الإسلامية	المستشار عبد الحليم الجندى
٤١ – ثقافة الطفل العربى	جمال أبو رية
٤٢ – اللغة الفارسية	د. محمد نور الدين عبد المنعم
٤٣ – حضارتنا وحضارتهم	د . عبد المنعم النمر

٤٤ – الأمثال الشعبية	محمد قنديل البقلى
٤٥ – التعريف بالاقتصاد	د . حسين عمر
٤٦ – المستوطنات اليهودية	حسن فؤاد
٤٧ – بدر وفتح	محمد فرج
٤٨ – الفلسفة والحقيقة	د . عبد الحليم محمود
٤٩ – الطب النفسى	د . عادل صادق
٥٠ – كيف نفهم اليهود	د . حسين مؤنس

الكتاب القادم

الكتابة العربية

محمد شوقى أمين

رقم الإيداع	١٩٧٨/٣٤٧٢
الترقيم الدولى	ISBN ٩٧٧ – ٢٤٧ – ٣١٨ – ٦

٩٨/٧٨/ق

طبع بمطابع دار المعارف (ج. م. ع.)